

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO PAULO  
ESCOLA DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS**

**ISABELA TORRES RODRIGUES**

***SLOW DESIGN* NO BRASIL:  
UMA PRIMEIRA ABORDAGEM**

**GUARULHOS  
2019**

**ISABELA TORRES RODRIGUES**

***SLOW DESIGN* NO BRASIL:  
UMA PRIMEIRA ABORDAGEM**

Trabalho de conclusão de curso apresentado  
como requisito parcial para obtenção do título  
de Bacharel em História da Arte  
Universidade Federal de São Paulo  
Área de concentração: História da Arte  
Orientação: Angela Brandão

**GUARULHOS  
2019**

Na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei de direitos autorais nº 9610/98, autorizo a publicação livre e gratuita desse trabalho no Repositório Institucional da UNIFESP ou em outro meio eletrônico da instituição, sem qualquer ressarcimento dos direitos autorais para leitura, impressão e/ou download em meio eletrônico para fins de divulgação intelectual, desde que citada a fonte.

Rodrigues, Isabela Torres.

*Slow Design* no Brasil : Uma Primeira Abordagem / Isabela Torres Rodrigues. 2019.  
55 f.

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em História da Arte) – Universidade Federal de São Paulo, Escola de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, 2019.

Orientador: Angela Brandão.

Título em outro idioma: *Slow Design in Brazil: A First Approach*

1. História da arte. 2. História do design. 3. Movimento *Slow*. 4. *Slow Design*. 5. Sustentabilidade I. Brandão, Angela. II. Trabalho de conclusão de curso (graduação em História da Arte) – Universidade Federal de São Paulo, Escola de Filosofia, Letras e Humanas. III. *Slow Design* no Brasil: Uma primeira abordagem.

**Isabela Torres Rodrigues**  
***Slow Design* no Brasil:**  
**Uma Primeira Abordagem**

Trabalho de conclusão de curso apresentado  
como requisito parcial para obtenção do título  
de Bacharel em História da Arte  
Universidade Federal de São Paulo  
Área de concentração: História da Arte

Aprovação: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

---

Profa. Dra. Angela Brandão  
Universidade Federal de São Paulo

---

Profa. Dra. Marina Soler Jorge [ Universidade Federal de São Paulo ]

---

À Seu Bené (*In memoriam*).

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de agradecer a pessoa mais importante da minha vida, minha mãe, que sempre é a primeira a apoiar a mim e a minha irmã. Com certeza não estaria aqui e não teria conseguido escrever essa monografia sem ela.

À minha irmã, Marília, a melhor irmã que poderia ter. Muito obrigada por tudo e por ser uma pessoa com quem posso sempre contar.

À minha Dinda e à todas as minhas tias, principalmente tia Glorinha, tia Márcia, tia Sandra e tia Marília. Obrigada por serem exemplos de mulheres na minha vida.

Também agradeço aos meus primos, Natália e Gabriel, os considero irmãos do coração.

Aos meus vjuras, obrigada por serem a “minha família tradicional brasileira” e por estarem comigo desde o colégio. Agradeço por fazerem parte dessa realização e de cada momento de minha vida. E não poderia de deixar de agradecer às minhas tias postças: as vjuras mães.

Ao pessoal de São Paulo, meus amigos da faculdade e minhas amigas de república, não posso esquecer de Cilene, Jaqueline, Thaís, Bianca, Nátaly, Fernanda, Débora e, é claro, Maria, uma irmã que fiz nessa nova etapa de minha vida.

Também gostaria de agradecer as pessoas que me ajudaram em uma das etapas dessa pesquisa, os integrantes das duas marcas selecionadas. À equipe da *Leaf*: Vilson Ceroni, Flávio Galli, Paulo Machado, Valdineide de Jesus, Fábio Lima, Rafael Brandamento, Wender Soares e Victoria Oliveira, obrigada. E quero agradecer à Denise Dick, dona da *Petrichor*, e sua família, por me receberem e concederem a entrevista para esse projeto.

Por fim, tenho que agradecer a duas mulheres especiais. À minha orientadora, professora Angela Brandão, a quem agradeço por ter me guiado nessa pesquisa. E à minha psicóloga, Graça, por me auxiliar na minha trajetória pessoal.

À todos, muito obrigada!

*“Slow Design é uma forma única e vital de  
ativismo criativo que entrega novos valores  
para o design e contribui para uma mudança  
em direção à sustentabilidade.”*

Alastair Fuad-Luke e Carolyn F. Strauss

## RESUMO

Esta pesquisa tem como objeto de estudo o *Slow Design*, um novo conceito para se pensar e fazer design, indo na contramão da produção em massa e voltando para uma produção mais humana. A pesquisa busca traçar um contexto histórico do *Slow Design* e como ele se encontra na realidade brasileira. Para tanto, conta com as entrevistas de duas marcas *Slow Design* e o aproxima ao campo da História da arte, principalmente da história do design, relacionando-o com outros modelos, como: Design Sustentável, Eco Design, *Design for the Real World* e também com o movimento artístico *Arts & Crafts*, do século XIX.

Palavras-chave: História da arte. História do design. Movimento *Slow*. *Slow Design*. Sustentabilidade.



## **ABSTRACT**

Slow Design is a new way of thinking and designing, which unlike mass production seeks sustainability. The aim of this study is to outline the historical context of Slow Design and discuss its presence in Brasil. To this end, the study brings two interviews with the heads of two Slow Design brands and links the concept to the field of Art History. More specifically, it relates the concept to the history of design by tracing a parallel with other types of design such as Sustainable Design, Eco Design, Design for the Real World as well as the artistic movement known as Arts and Crafts, from the nineteenth century.

Keywords: Art History. Design History. Slow Movement. Slow Design. Sustainability.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Slow Movement.....	16
Figura 2 – Símbolo do Slow Food Internacional.....	17
Figura 3 – Propósitos do Slow Design.....	20
Figura 4 – Premissas do Slow Design.....	21
Figura 5 – Princípios do Slow Design.....	21
Figura 6 – Princípios do Arts & Crafts.....	24
Figura 7 – Arts & Crafts e Slow Design.....	25
Figura 8 – Princípios do Design Sustentável.....	26
Figura 9 – Eco Design e Design Formal.....	28
Figura 10 – Eco Design e Slow Design.....	29
Figura 11 – O papel dos designers.....	30
Figura 12 – Slow Design.....	34

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>10</b>
<b>2 DESENVOLVIMENTO</b>	<b>13</b>
2.1 Revolução Industrial e a tendência <i>fast</i>	13
2.2 <i>Slow Movement</i> : um fenômeno cultural europeu e internacional	16
2.3 <i>Slow Design</i> e sua realação com outros movimentos artísticos	19
2.3.1 <i>Slow Design</i> e <i>Arts &amp; Crafts</i>	23
2.3.1.1 O Movimento <i>Arts &amp; Crafts</i>	23
2.3.1.2 <i>Slow Design</i> e sua relação com o <i>Arts &amp; Crafts</i>	24
2.3.2 <i>Slow Design</i> e <i>Design for Sustainability</i>	25
2.3.2.1 O <i>Design for Sustainability</i>	25
2.3.2.2 <i>Slow Design</i> e sua relação com o <i>Design for Sustainability</i>	26
2.3.3 <i>Slow Design</i> e Eco Design	27
2.3.3.1 O Eco Design	27
2.3.3.2 <i>Slow Design</i> e sua relação com o Eco Design	28
2.3.4 <i>Slow Design</i> e <i>Design for the real world</i>	29
2.3.4.1 O <i>Design for the real world</i>	29
2.3.4.2 <i>Slow Design</i> e sua relação com o <i>Design for the real world</i>	30
2.4 <i>Slow Design</i> no Brasil e seu papel nas marcas brasileiras	31
2.4.1 <i>Slow Design</i> no Brasil	31
2.4.2 Entrevistas com duas marcas <i>slow</i> no Brasil	33
<b>3 CONCLUSÃO</b>	<b>34</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>36</b>
<b>APÊNDICE A – TRANSCRIÇÃO DAS ENTREVISTAS</b>	<b>40</b>
<b>APÊNDICE B – FOTOGRAFIAS DAS ENTREVISTAS</b>	<b>49</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O livro de Carl Honoré, *Devagar: como um movimento está desafiando o culto a velocidade* (2005), apresenta a expressão “doença do tempo”, criada pelo médico americano Larry Dossey, que se refere ao desejo atual da sociedade de sempre buscar a mais rápida solução para as coisas. Em suas palavras “O tempo está fugindo, vai acabar faltando e é preciso estar sempre pedalando cada vez mais rápido para não perder o trem” (HONORÉ, 2005: 13).

Seguindo esse princípio, esta pesquisa pretende compreender como se formou a ideologia de um design mais consciente perante suas etapas de produção (*Slow Design*), estudando primeiramente sobre o movimento cultural que originou esses valores, o Movimento *Slow*. Em seguida, contextualizando o que realmente significa *Slow Design*, relacionando com outros modelos de design e por fim, com entrevistas de duas marcas brasileiras que se identificam com essa premissa, definindo como esse novo conceito se encontra no Brasil

Com o crescimento do Movimento *Slow*, que contrasta com o modelo de aceleração no qual vivemos, é visível a tentativa de suprir a necessidade de uma melhor qualidade de vida. Dentro do *Slow Movement* temos várias outras ideologias, como: o *Slow Travel*, as *Citta Slow*, o *Slow Fashion* e, o foco de interesse desta pesquisa, o *Slow Design*. Essas ideologias possuem grande força principalmente na Europa, onde se originou este movimento cultural, no entanto, em diversos países, a busca por condições mais humanas de trabalho e de vida interna e externa vem sendo adotada.

No Brasil, esse movimento está começando a se manifestar com velocidade lenta, mas de forma constante. Muitas marcas *slow* vêm sendo formadas. Contudo, ou são conhecidas por pessoas que já estão familiarizadas com o assunto ou por pessoas que foram apresentadas pelas redes sociais ou pela publicidade via internet, a principal forma de conexão e difusão. Visto que ainda não é um tópico muito pesquisado no Brasil, entendemos que é justificada uma investigação mais sistemática como uma forma de compreender o Movimento *Slow* e o *Slow Design* no país e contribuir com a história recente do design brasileiro. Esta pesquisa poderá colaborar, por outro lado, para uma compreensão histórica do Movimento *Slow*, buscando diferentes matrizes de suas concepções, como por exemplo o “design para um mundo real”, de Victor Papanek, dos anos 1970.

O estudo tem como propósito apresentar o *Slow Movement*, explicando o que é, seus intuitos e suas ramificações; introduzir a definição do *Slow Design*, englobando seus diversos aspectos e como pode ter se inspirado nos ideais do *Arts & Crafts*, relacionando também com os movimentos contraculturais dos anos 1970, assim como o Design Sustentável, o Eco Design

e o *Design for the real world*. Ou seja, a intenção é historicizar o fenômeno e não o compreender apenas como um movimento recente. Também é nosso propósito realizar um estudo introdutório sobre o *Slow Design* no Brasil, por meio da análise de duas marcas brasileiras consideradas “*slow*”, a partir da observação, catalogação, análise visual de seus produtos, assim como por entrevistas com seus criadores.

Foi adotada, inicialmente, uma metodologia de análise bibliográfica, revisão da questão com base em autores que se debruçaram sobre o tema. A metodologia consistiu em leitura base do livro *Devagar: como um movimento mundial está desafiando o culto da velocidade*, de Carl Honoré, e de artigos selecionados para uma maior compreensão do Movimento *Slow*. Para o estudo do conceito *Slow Design*, a leitura básica partiu dos artigos “*Slow Design a paradigm shift in design philosophy?*” e “*Slow Theory a paradigm for living sustainable?*”, do escritor Alastair Fuad-Luke, criador do conceito, e também foram utilizados artigos acadêmicos, em sua maioria textos na língua inglesa – em função da reduzida quantidade de trabalhos brasileiros e livros especializados no assunto.

No segundo momento, esta pesquisa baseia-se em pesquisas de campo e estudo de caso de duas marcas brasileiras que podem ser consideradas como “*slow design*”. Tal estudo parte do levantamento e escolha das duas marcas. A partir desta seleção, fizemos o levantamento e análise de fontes orais na construção de entrevistas qualitativas com os responsáveis pelo setor de criação das marcas e também a análise de fontes visuais, com reprodução fotográfica de objetos de design produzidos neste contexto pelas duas marcas selecionadas, bem como análise de seus elementos formais, técnicos, estéticos e simbólicos.

Por fim, esta pesquisa foi pensada em quatro capítulos para uma melhor compreensão do tema tratado. No primeiro capítulo, “Revolução Industrial e a tendência *fast*”, será possível encontrar uma explicação histórica do porquê de sempre vivermos preocupados com o tempo de maneira não saudável, e também como surgiu tudo o que o Movimento *Slow* discorda, tanto na questão da vida pessoal, quanto no mundo profissional. No segundo capítulo, “*Slow Movement*: um fenômeno cultural europeu e internacional”, apresentaremos o surgimento desse movimento, o porquê da necessidade de pararmos e desacelerarmos, seus aspectos, suas ramificações e como ele vem mudando a forma de vivermos em seu próprio ritmo.

No terceiro capítulo, “*Slow Design* e sua relação com outros movimentos artísticos”, será abordado o foco da pesquisa. Esse conceito que traz uma nova concepção de design para o mundo atual. Debruçaremos em torno de seus ideais e também da relação que ele possui com outros movimentos/estilos de design dentro do espectro da História da Arte. Enfim, o capítulo número quatro, “*Slow Design* no Brasil e seu papel nas marcas brasileiras”, que traçará uma

linha histórica de como o conceito é trabalhado no país e ao final, como ele é encontrado nas marcas brasileiras, com foco nas duas escolhidas: a marca de óculos de madeira *Leaf* e a de quadros *Petrichor*, que trabalha em cima da técnica *Quilling*.

## 2 DESENVOLVIMENTO

### 2.1 REVOLUÇÃO INDUSTRIAL E A TENDÊNCIA *FAST*

Nos tempos em que vivemos, tudo está cada vez mais rápido. Estamos pensando em mil coisas ao mesmo tempo, sempre com a visão de fazer mais em menos tempo. Segundo Honoré (2005: 35), a partir da era das máquinas, o estilo de vida das pessoas começou a mudar, em suas palavras, tornando-se uma “compartimentalização do tempo”. A utilização das máquinas em fábricas, a partir do processo de industrialização, tornava possível uma maior produção em menos tempo e o começo ao culto da velocidade na vida social. Com esse primeiro capítulo, queremos mostrar as origens desse culto à velocidade encontrado na sociedade atual.

A Revolução Industrial inicia-se na segunda metade do século XVIII, na Inglaterra, com a utilização de utensílios e máquinas que substituem o trabalho do homem. Com seu surgimento, o mundo do trabalho mudou de uma vez por todas e com o passar dos anos, novas releituras, baseadas no que a fase industrial acreditava, foram lançadas e utilizadas até hoje. Esta primeira Revolução será marcada pelos surgimentos de grandes fábricas, que empregaram homens, mulheres e até crianças para trabalharem em situações degradantes. Com o desenvolvimento da Revolução Industrial, aspectos da vida do trabalho mudaram. A produção aumentou em escalas até então nunca imaginadas, o salário dos trabalhadores modificou o sentido de remuneração. Se comparado ao valor do trabalho artesanal, agora os trabalhadores seriam remunerados por hora de trabalho e não mais pelo quanto produziram.

Será nesse período que surgirá o que conhecemos por produção em massa ou em larga escala. Grandes quantidades do mesmo produto começam a serem confeccionados e assim a qualidade, encontrada nos produtos de manufatura ou artesanais, foi sendo perdida. O conhecimento do saber fazer foi perdendo seu valor e assim essa característica refletiu no mundo do design, como pode ser visto no texto “Anotações a lápis para uma História do Design” que afirma que “um dos problemas vislumbrados, com o crescimento da produção industrial de objetos no século XIX, foi justamente a perda de sua qualidade estética” (BRANDÃO, 2014: 200). Os produtos começam a se tornarem iguais e assim insignificantes.

O pensamento de quanto maior a produção, maior o lucro, surgiu de maneira mais agressiva na cultura dos empresários. No entanto, apesar da geração de novos empregos, a vida dos trabalhadores não melhorou em nada com o trabalho fabril, sendo possível o entendimento de uma diminuição de suas qualidades de vida em relação a um mundo que se “perdia” do trabalho artesanal. Com a perda dos conhecimentos do modo de fazer os produtos por completo

e a desqualificação do trabalho, com os salários muito baixos, não era, muitas vezes, possível pagar por alimentos e moradia, com isso, muitos operários viviam em cortiços sem nenhum saneamento básico e, com o difícil acesso à medicina, a expectativa de vida era extremamente baixa (DANEMBERG, s/d: 3).

A burguesia utilizava o máximo possível a mão de obra dos operários, estes com carga horária aproximadamente de 80 horas semanais. Frederick Taylor, um consultor de gerenciamento na Fábrica de Aço de Bethlehem, na Pensilvânia, exigia de seus empregados uma eficiência questionável. Utilizava-se de um cronômetro e uma régua para calcular o tempo necessário para cada tarefa. Dizia ele, “No passado, o homem esteve em primeiro lugar. No futuro, o Sistema deverá estar em primeiro lugar” (TAYLOR, 1911: 7 apud HONORÉ, 2005: 40). Consequência de suas ações, muitos operários pediram demissão, por causa de estresse e fadiga, resultado de sua característica de colocar a produção acima do bem-estar de seus funcionários.

Outro ponto no qual a aceleração, trazida pela era das máquinas, manifestou-se, foi no ato de consumir. Com as máquinas, mais produtos foram produzidos, como consequência, seus valores sofreram uma queda, comparados aos dos artigos feitos de forma manual. Com o valor mais baixo, a oportunidade de as pessoas comprarem aumentou, dando início ao consumismo que conhecemos hoje. Fala-se, portanto, não apenas de uma Revolução Industrial, ocorrida no século XVIII, mas também de uma “Revolução do Consumo” (MCKENDRICK, BREWER, PLUMB, 1982).

O desejo de ter a mercadoria de última geração é um incentivo para o “depressa”. Para o escritor francês da década de 1830, Alexis de Tocqueville, o impulso às compras já afetava o ritmo da vida: “Aquele que volta seu coração exclusivamente para a busca do bem-estar material está sempre com pressa, pois tem à sua disposição um tempo limitado para tocar, capturar e desfrutar” (HONORÉ, 2005: 43).

Com o passar do tempo, a velocidade que era encontrada apenas nos trabalhos em fábricas, foi se espalhando para outras partes da vida humana, entrando também no ramo alimentício. Com a criação de uma nova forma de distribuição de produtos cozidos industrialmente e servidos de forma rápida, o Fast Food, que possui como maior exemplo a rede McDonald’s, é um modelo baseado em aspectos tayloristas, que traz consigo trabalhadores delegados a um único trabalho da forma mais rápida possível. Preparar uma refeição, sentar à mesa e apreciar a comida passou a ser caracterizado como uma forma de atraso para as tarefas do dia a dia.



Os objetivos da franquia eram/são: a redução nos preços, aumento na velocidade do preparo e do servir, e a elevação do volume de vendas (DOS SANTOS, 2006: 5). Para o cumprimento das tarefas era/é preciso uma equipe reduzida e mal assalariada e sem grandes qualificações profissionais. Como visto anteriormente, o processo de produção foi influenciado pelo modelo taylorista, em que cada funcionário realizava o que foi ordenado pela administração da empresa e essa característica ainda é presente nas cozinhas do restaurante. Cada funcionário fica responsável por uma única tarefa, introduzindo um sistema de produção em cadeia.

George Ritzer, sociólogo norte-americano que estuda os padrões de consumo e globalização, propôs, em um de seus estudos, o conceito de *McDonaldização* da sociedade. Para o autor, a rede de fast food oferece aos seus consumidores um trabalho de eficiência e controle. Como debatido no texto *O Império Mcdonald e a Mcdonaldização da Sociedade: alimentação, cultura e poder* é possível perceber como a sociedade atual passou a atuar da mesma forma que a cadeia produtiva dos restaurantes de fast food McDonald's. Nas leituras vigentes, foi possível concluir que a expansão do modo de agir *fast*, além de já ter começado desde o boom da Revolução Industrial, começa a se concretizar na sociedade depois da dominação das redes McDonald's.

Com isso, fica claro que a Revolução Industrial formou a maneira de se trabalhar nos dias atuais. Além de afetar até nossas vidas com essa ideia de pensar: quanto mais rápido, melhor; quanto maior o número, melhor. No entanto, esses aspectos trazem consequências negativas, e hoje nós conseguimos percebê-las. Como por exemplo, o grande número de casos de trabalhos análogos à escravidão<sup>1</sup> no mundo, ou o excesso de produtos consumidos pelas pessoas sem uma necessidade concreta. Estes são alguns pontos que a Revolução Industrial e a mentalidade *fast* nos trouxe e que ainda estão presentes em nossas vidas. No entanto, como será visto a seguir, já existem pessoas que acreditam numa renovação desse capitalismo antiquado.

---

<sup>1</sup> Trabalhos com elementos escravocratas, como visto no Art. 149 do Código Penal Brasileiro – Decreto Lei 2848/40. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/topicos/10621211/artigo-149-do-decreto-lei-n-2848-de-07-de-dezembro-de-1940>. Acesso em set de 2019.

## 2.2 SLOW MOVEMENT: UM FENÔMENO CULTURAL EUROPEU E INTERNACIONAL

Figura 1: Slow Movement

**SLOW**  
**is a revolution,**  
 an alternative to our obsession with speed.  
 You see more when you take things a little slower,  
**like you notice every little detail**  
 when a film is shown in slow motion.  
**Slow can manifest itself in any**  
**design, object,**  
**space or image**  
 that encourages a promotion of local artisans,  
**local designers, local flavours.**  
**It's an endless idea**  
 you can make your own in any way you want to.  
**Slow works to counteract fast life**  
 and the disappearance of local traditions.  
**In a loud, crowded, crazy world,**  
**it's good for the soul**  
 to live life better by living slower.



Fonte: <https://drdeborahserani.blogspot.com/>

[2009/05/slow-movement.html](https://drdeborahserani.blogspot.com/2009/05/slow-movement.html) (2009)

O *Slow Movement*, apesar de em tradução livre significar “movimento devagar”, é sobre escolhas conscientes para uma melhor qualidade de vida para todos. Procura questionar essa necessidade de estarmos sempre com pressa, prejudicando não apenas a nós mesmos, mas tudo em nossa volta. Isso inclui o ambiente em que vivemos, a natureza. Para Honoré (2005: 27) “[...] a filosofia Devagar pode ser resumida numa única palavra: equilíbrio.” Sendo possível, assim, a escolha de ir devagar ou de acelerar em alguns momentos, escolhendo a melhor opção para aquele instante.

O movimento se inicia em Roma com o *Slow Food* (Comida Devagar), criado pelo escritor italiano Carlo Petrini, em 1986. Com o intuito de bater de frente com a nova filial do McDonald’s na cidade italiana, o escritor propôs um novo movimento que defendia tudo o que a rede de fast food ignora: produtos frescos e sazonais da própria região; receitas transmitidas de geração a geração; agricultura sustentável; produção artesanal; refeições tranquilas com a

“*Slow* é uma revolução, uma alternativa para a nossa obsessão por velocidade. Você vê melhor quando leva as coisas um pouco mais devagar, por exemplo você nota cada pequeno detalhe, quando assiste a um filme em câmera lenta.

*Slow* pode se manifestar em qualquer design, objeto, espaço ou imagem que encoraje uma promoção de artesãos locais, sabores locais.

É uma ideia infinita, onde você pode fazer do seu jeito de qualquer maneira que queira.

*Slow* trabalha em contrariar a vida rápida e o desaparecimento de tradições locais.

Em um mundo barulhento, cheio e louco, é bom para a alma viver a vida melhor de maneira mais lenta.” (Tradução nossa).

família e os amigos e a eco gastronomia: a ideia de comer bem deve estar em concordância com a proteção do meio ambiente (HONORÈ, 2005: 75,76).

Figura 2: Símbolo do *Slow Food* Internacional



Fonte: <https://www.italymagazine.com/featured-story/rise-slow-food> (2012)

Para o movimento *Slow Food*, tudo é proposto com o objetivo de uma melhora na qualidade da alimentação das pessoas. No manifesto do grupo é encontrado: “A firme defesa do tranquilo prazer material é a única maneira de se opor à loucura universal da vida apressada. (...) Nossa defesa deve começar à mesa, com o *Slow Food*.” (HONORÈ, 2005: 76).

Um aspecto importante do *Slow Food* é que este procura ajudar os pequenos produtores e “salvar” receitas e alimentos de sua extinção. No site oficial<sup>2</sup> da organização é possível conhecer mais a fundo sobre o projeto, além de aprender sobre os seus três princípios para uma comida devagar:

- *Good* (Boa) – comida de qualidade, saborosa e saudável;
- *Clean* (Limpa) – produção que não prejudique o meio ambiente;
- *Fair* (Justa) – preços acessíveis para os consumidores e pagamentos e condições justas para os produtores.

Tudo isso é a busca por uma globalização virtuosa, termo utilizado por Petrini para caracterizar o modelo que o *Slow Food* procura seguir. Uma forma que beneficia diversos indivíduos ao redor do mundo, mas de maneira correta, onde cada um dos lados receba os créditos por cada transação.

---

<sup>2</sup> Disponível em: <https://www.slowfood.com/>. Acesso em set de 2019.

Desde o início essa nova ideia ganhou afiliados principalmente na Europa, onde o *Slow Food* se originou. No entanto, em outras partes do mundo, como nos EUA, também vem ganhando força, já sendo encontrado em 150 países, incluindo o Brasil. Com o crescimento dessa proposta ao “devagar”, foram surgindo diferentes movimentos em distintas áreas que se basearam nas características do *Slow Food*, uma abordagem *slow* para diferentes aspectos da vida humana.

O *slow model* é um modelo cultural para uma economia baseada no aprimoramento sustentável dos recursos locais em conjunto com a qualidade social, ambiental e do produto. Sendo assim, uma comunidade global que promove um conceito ao devagar de forma contemporânea (LUPO, s/d: 45). O Movimento Devagar, não é um culto a uma vida propriamente dita “devagar”, mas sim a uma vida com equilíbrio. Deixar-nos controlar o nosso tempo e não o tempo nos controlar.

Presente em diferentes áreas, o *Slow Movement* possui características próprias em cada respectivo campo, no entanto ainda se baseará nos aspectos sustentáveis e na maneira tranquila de produzir ou de viver, ditas pelo *Slow Food*. Com o crescimento do movimento, novas abordagens foram se originando além do *Slow Design*, tais como:

- *Slow Cities* – Cidades que dão suporte ao viver de modo devagar, indo na contramão da correria das grandes cidades com menos tráfego, menos barulho e menos pessoas;
- *Slow Travel* – Caracterizado pelo modo do indivíduo conhecer um local novo. Conectar-se com a cidade, com as pessoas e culturas locais;
- *Slow Money* – Refere-se ao uso do dinheiro para investir tanto como capital, quanto no apoio direto de marcas sustentáveis e conscientes. Movimento que apoia sua comunidade local;
- *Slow Work* – Uma desaceleração na maneira de trabalhar, priorizando o bem-estar dos empregados e consequentemente aumentando sua produtividade;
- *Slow Living* – Desacelerar e conectar-se com sua vida. Levar e viver a vida com mais propósitos. Fazer escolhas mais conscientes para seu bem-estar físico e mental;
- *Slow Books* – Movimento que procura a redescoberta do prazer de ler um livro, de optar por passar seu tempo livre lendo;
- *Slow School* – Diz respeito ao modelo seguido por instituições escolares em como abordar o ensino de maneira mais saudável para seus alunos. Sair um pouco do espaço competitivo das escolas atuais;

- *Slow Fashion* – Traz para o mundo da moda uma visão mais sustentável no consumo de produtos. Além de priorizar produtos e marcas que tenham esse pensamento mais consciente;
- *Slow Art* – Apreciar uma obra de arte por completo, no devido período de tempo. Contrapondo com a maneira usual de exposições em lugares agitados e cheios.

Sendo assim, é possível responder três perguntas básicas. O que seria o *Slow Movement*? Movimento que traz questões mais conscientes e saudáveis para diversos aspectos da vida humana e que luta contra a aceleração na vida, que atualmente é vista como natural, o que não pode ser tratado desta maneira. Como o movimento funciona? Trabalha com a integração do Homem com a Natureza, com métodos produtivos justos, na escolha de maneiras mais saudáveis e conscientes de viver a vida e, principalmente, com a opção de escolha do seu próprio ritmo de vida. Por que o movimento é relevante? Porque funciona como um novo caminho para trazer mais significado para a vida atual, que com o passar dos anos vem sofrendo cada vez mais com a falta de valores éticos e de equilíbrio pessoal.

### 2.3 SLOW DESIGN E SUA RELAÇÃO COM OUTROS MOVIMENTOS ARTÍSTICOS

Como foi visto no capítulo anterior, o *Slow Movement*, desde sua origem, vem mudando a visão de milhares de pessoas quando o assunto é viver de maneira mais sustentável e consciente consigo próprio e com a natureza humana e ambiental. Ele se ramificou para diversos aspectos da vida, inclusive no ramo do design com o *Slow Design*. Neste capítulo, apresentaremos o que significa esse novo conceito, suas características, seus princípios e, por fim, relacionar ele com outros quatro modelos de design: *Arts & Crafts*, Design Sustentável, Eco Design e *Design for the real world*.

O termo *Slow Design* foi usado pela primeira vez pelo designer, escritor e professor Alastair Fuad-Luke, em 2002. Fuad-Luke acredita que o aumento do conhecimento de questões sustentáveis estimula a comunidade do design a atuarem em mudanças para com o meio ambiente e para uma maior responsabilidade social (LUPO, s/d: 46). A ligação entre o *slow* e o design acontece justamente na relação do movimento *slow*, que está percorrendo um caminho em direção à sustentabilidade; e o design que foca na produção local, utilizando-se de um meio ecológico.

Para Fuad-Luke, o começo de tudo acontece a partir da remoção do design do mercado econômico e da necessidade de se pensar um bem-estar para todos os envolvidos no processo. Assim, ele propõe um novo modelo de design que inclua todas as partes envolvidas e ainda

assim ter um potencial econômico, como foi o caso com o *Slow Food*. O professor afirma que o mercado do design deve se voltar mais para o bem-estar e para as necessidades humanas, do que para a aceleração da produção dos objetos para o mercado. Ele aponta: “[*Slow Design*] como uma balança entre as necessidades socioculturais e individuais e o bem-estar do meio ambiente (...) celebrando o dismantelamento do tempo”. (LUPO, s/d: 46)<sup>3</sup>

O Movimento *Slow* no design encoraja seus artistas a optarem por uma escolha mais ecológica, como o uso de materiais recicláveis ou a reutilização de peças/materiais de outras produções que seriam descartadas, praticando também outro modelo de produção sustentável, o *Upcycling*<sup>4</sup>; além do apoio aos pequenos produtores e também a uma produção em menor escala. Outra característica muito forte no conceito é o tratamento justo que as empresas *slow* dão para seus funcionários. Como o movimento preza pelo bem-estar humano, os empregados são tratados de forma correta, com direitos garantidos e salários justos.

Figura 3: Propósitos do *Slow Design*



Fonte: O autor (2019)

Segundo Voronovicz e Zagar, em seu artigo “*Slow Design* e os requisitos para o Design Sustentável”, o conceito terá quatro premissas:

<sup>3</sup> Tradução livre. No original: “[*Slow Design*] as a balance between socio-cultural and individual needs and the well-being of the environment (...) celebrating the de-commodification of time.”

<sup>4</sup> “A técnica do upcycling consiste em, com criatividade, dar um novo e melhor propósito para um material que seria descartado sem degradar a qualidade e composição do material.” Disponível em: <https://www.ecycle.com.br/77-upcycling-upcycle>. Acesso em set 2019.

Figura 4: Premissas do *Slow Design*

1. Caminhar em direção a um novo modelo de sociedade, valorizando o bem estar individual e global, incentivando o design com foco na sustentabilidade e estimulando os consumidores a serem indivíduos conscientes e críticos nas suas escolhas;
2. Considerar a dissociação dos pensamentos econômico, tecnológico e político atuais e prever que estes devem seguir modelos que contemplem os pressupostos do *Slow Design*;
3. Adoção do abrandamento do metabolismo social, ou seja, reduzir os fluxos das transformações humanas, econômicas e industriais;
4. Considerar que a dissociação dos modelos atuais de consumo representa uma oportunidade para explorar a durabilidade do design.

Fonte: Priscila Voronovicz e Cláudia Regina Hasegawa Zacar (2011)

Sendo assim, é perceptível o tamanho de aspectos que o *Slow Design* tenta abarcar e não apenas trabalhar com a construção de projetos e produtos. Ele procura uma mudança além da cadeia produtiva dos seus objetos. Alastair Fuad-Luke, junto com Carolyn Strauss vão ditar os princípios que devem ser seguidos para ser considerado um objeto *slow design*, baseado em seis diferentes projetos de design criados por membros do *Slow Lab Network*<sup>5</sup>:

Figura 5: Princípios do *Slow Design*

Princípio 1	Revelar: “O <i>Slow Design</i> revela experiências que no dia a dia são esquecidas ou perdidas, incluindo os materiais e processos que são facilmente esquecidos na criação de um artefato.” “Revelar as origens dos produtos no campo dos objetos.”
Princípio 2	Expandir: “ <i>Slow Design</i> considera as expressões reais e potenciais dos artefatos e ambientes além de suas funcionalidades, atributos físicos e expectativas de vida.”

<sup>5</sup> Disponível em: <https://slowlab.net/>. Acesso em set 2019.

	“Pode exercer diferentes funções e ter diferentes significados além dos já predestinados.”
Princípio 3	Refletir: “Artefatos/Ambientes/Experiências <i>slow design</i> induzem a contemplação e o que o <i>Slow Lab</i> propõe, um consumo reflexivo.”
Princípio 4	Engajar: “O processo do <i>Slow Design</i> é aberto e colaborativo, contando com o compartilhamento, cooperação e transparência de informações para que os projetos continuem a evoluir para o futuro.”
Princípio 5	Participar: “ <i>Slow Design</i> encoraja os usuários a se tornarem participantes ativos no processo de design, incluindo ideias de convivência e intercâmbio para fomentar a responsabilidade social e melhorar as comunidades.”
Princípio 6	Evoluir: “ <i>Slow Design</i> reconhece que experiências mais ricas podem emergir do amadurecimento dinâmico dos artefatos, ambientes e sistemas ao longo do tempo. Olhando para além das necessidades e circunstâncias dos dias atuais, o <i>Slow Design</i> é um agente de mudança comportamental.”

Fonte: Alastair Fuad-Luke e Carolyn F. Strauss (2008)

Tradução: O autor (2019)

Todos esses princípios trazem consigo características próprias do conceito, que colocam obras de design acima de serem consideradas simples objetos, mas que são projetadas para apoiarem causas sociais, culturais e ambientais (GROSSE-HERING, 2012:8).

Apesar da difusão da ideia de um design mais “devagar” ainda ser relativamente nova – introduzida em 2002 – é perceptível uma rápida disseminação em diferentes países, principalmente nos países europeus. No entanto, com o tempo, outras culturas que na maioria foram apresentadas ao *Slow Food*, começaram a entender o que significava esse “design devagar”. Normalmente objetos com características próprias, facilmente identificados por um aspecto minimalista. Como é visto no *Seminário Internacional Slow + Design: Slow approach to distributed economy and sustainable sensoriality*, Carlo Petrini, fundador do movimento *Slow Food*, cita que a abordagem *slow* significa pensar e produzir produtos que sejam bons, “clean” e éticos.

Estas características simples possuem um propósito, o de atemporalidade. Um produto atemporal é um produto que não será afetado pela moda. O pensamento na hora de sua



confeção é justamente o de possibilitar uma maior vida de uso pelo usuário. Com essa característica, uma das maiores vantagens que esses objetos possuem está relacionada com a diminuição do consumo, e consequentemente, com a diminuição de produtos sendo descartados de forma desnecessária no ambiente.

O *Slow Design* segue sendo um conceito único. No entanto possui características semelhantes a outros movimentos artísticos, por isso que parte dessa pesquisa é reservada para a realização de uma associação entre o conceito e outros modelos de design. Entre eles o movimento artístico do século XIX, *Arts & Crafts*; o *Design for Sustainability*, um gênero de design; o Eco Design, um conceito de design mais sustentável; e o *Design for the real world*, conceito criado por Victor Papanek.

### 2.3.1 SLOW DESIGN E ARTS & CRAFTS:

#### 2.3.1.1 O Movimento Arts & Crafts:

O Movimento *Arts & Crafts* ocorreu na Inglaterra do século XIX, criado por William Morris, como forma de trazer de volta o fazer manual/artístico do período da Idade Média. O século XIX na Inglaterra é marcado pelo período de ascensão da Revolução Industrial, em que foi possível produzir produtos em quantidades nunca vistas antes. Essa façanha só se realizou com a criação de máquinas e com a inauguração de fábricas, cujo objetivo era lucrar cada vez mais em cima de artigos baratos.

Morris, um designer inglês, influenciado pelos ideais do arquiteto A.W.N Pugin e do escritor John Ruskin, desenvolveu um movimento que foi a contramão do fazer industrial. Morris abominou o uso de máquinas no fazer artístico. Pugin, o primeiro a questionar a mecanização, procuraria reunificar o papel do artista e artesão, como na Idade Média (TAGLIARI e GALLO, 2007:633). No seu trabalho como arquiteto, Pugin pregou a honestidade no modo de fazer, originalidade do projeto e a utilização de materiais locais. Já Ruskin, influenciado por Pugin, defendeu a natureza como parte essencial do trabalho, tanto como inspiração, como também instrução para os artistas; a volta do modelo artesanal, e foi contra a divisão de trabalho (TAGLIARI e GALLO, 2007:633). Esses pensadores são peças-chaves para o pensamento base do movimento artístico.

Contudo, o *Arts & Crafts* não pode ser caracterizado apenas como um movimento artístico, mas também como um movimento social. Seus artistas buscavam reformas sociais através das artes. Para Morris, a arte tinha se afastado da vida cotidiana. Em suas palavras: “Não

quero arte só para alguns, tal como não quero educação ou liberdade só para alguns” (MORRIS, 1914: 26 apud PEVSNER, 2002: 5). Os principais objetivos do Movimento serão restabelecer o real valor dos artesãos, designers e arquitetos, esquecidos pela Revolução Industrial; e realizar objetos de arte para o cotidiano e para o povo. Seus princípios serão:

Figura 6: Princípios do *Arts & Crafts*

Princípio 1	Unidade na composição artística
Princípio 2	Valorização do trabalho artesanal
Princípio 3	Individualismo e regionalismo

Fonte: Ana Tagliari e Haroldo Gallo (2007)

Apesar de contribuir para uma renovação do artesanato artístico (PEVSNER, 2002: 8) e trazer a arte para próximo do povo, suas obras terão preços muito altos, com isso apenas um grupo da sociedade consumia, este sendo a classe mais abastada. Esse ponto contraditório marcará o *Arts & Crafts* inglês. A abominação de Morris perante as máquinas industriais será o fator decisivo para esse acontecimento. Nesse ponto a ramificação norte-americana do movimento conseguirá ultrapassar esse obstáculo. Frank Lloyd Wright, arquiteto norte-americano, será um dos grandes nomes do *Arts & Crafts* nos Estados Unidos. Diferente de Morris, ele acreditou que era possível a utilização de máquinas na produção de objetos artísticos, sem desvalorizar o processo criativo, contanto que esta seja utilizada de maneira adequada. Com isso, comparando com o movimento na Inglaterra, suas criações atingiram um público maior e mais diversificado.

#### 2.3.1.2 *Slow Design* e sua relação com o *Arts & Crafts*:

Apesar de serem movimentos de séculos distintos, é possível afirmar que ambos os conceitos possuem uma relação entre si, exatamente por essa busca de preservação do fazer manual, em um momento em que as produções ficaram cada vez mais vazias e sem uma preocupação com o fazer artístico ou com o bem-estar social e ambiental. Além de preservar o fazer o manual, ambos procuram ir na contramão da produção industrial, trazer mais significados para a arte e, principalmente, para os objetos do cotidiano. No entanto o *Slow Design* não abomina por completo o uso das máquinas. Semelhante aos ideais de Wright, o *Slow Design*, junto com o *Slow Movement*, pregará a sua utilização saudável.

Figura 7: *Arts & Crafts e Slow Design*

<i>ARTS &amp; CRAFTS</i>	<i>SLOW DESIGN</i>
Inglaterra	Inglaterra e Itália
2º metade do XIX	2002
William Morris	Alastair Fuad-Luke
Baseado nos ideais de A.W.N. Pugin e John Ruskin	Baseado nos ideais do Movimento <i>Slow</i>
Resposta à Revolução Industrial e sua produção em massa	Resposta à aceleração dos processos produtivos industriais atuais
Volta da produção artesanal e dos artesãos e projetar objetos de arte para o uso cotidiano	Procura resgatar a valorização dos processos artesanais com uma visão mais ambiental e sustentável
Movimento com ideais socialistas	Parte de um movimento global e social
O Homem deveria dominar a máquina	Utilização de máquinas de maneira consciente e quando necessário
Qualidade > Quantidade	Qualidade > Quantidade
Produtos com valores altos	Produtos com valores altos
Natureza como inspiração e utilização de materiais naturais e regionais	Matérias primas naturais e regionais
Originalidade	Está além da estética mercadológica

Fonte: O autor (2019)

### 2.3.2 *SLOW DESIGN E DESIGN FOR SUSTAINABILITY:*

#### 2.3.2.1 *O Design for Sustainability:*

Esse modelo de design ganha vida na década de 1980 na Europa e nos Estados Unidos da América (FUAD-LUKE, 2002: 2). Traduzido para o português, Design Sustentável é um nicho de produção que procura pelo economicamente viável, ecologicamente benéfico e o socialmente equitativo (PAZMINO, 2007: 7). Para esse modelo, o design deve estar presente nas principais necessidades humanas, trabalhando com os aspectos econômico, social e

ambiental. No Design Sustentável é possível encontrar diferentes modelos, entre eles o *Slow Design*, o Eco Design e o *Design for the real world*, conceitos abordados nesta pesquisa.

Refere-se a um conceito muito ligado ao Desenvolvimento Sustentável, termo criado em 1987 pela Comissão Mundial para o Ambiente da Organização das Nações Unidas, que definiu como “aquele que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das futuras gerações de satisfazer suas próprias necessidades.” (CALVACANTE et al, 2012: 253). Todo o processo do *Design for Sustainability* será formado por etapas que abarcam as melhores maneiras de não impactar negativamente o meio ambiente.

Figura 8: Princípios do Design Sustentável



Fonte: Ana Verónica Pazmino (2007)

#### 2.3.2.2 *Slow Design* e sua relação com o *Design for Sustainability*:

O Design Sustentável é a busca por um desenvolvimento mais sustentável para o design, isto é, um ponto igualitário ao *Slow Design*. Sua preocupação com o que é melhor para o meio ambiente, a escolha por opções mais ecológicas e o que é socialmente benéfico, faz com que os dois conceitos conversem entre si. Por isso, confirmamos o pensamento do *Slow Design* como um dos conceitos pertencentes ao Design Sustentável. Fuad-Luke, em seu artigo, “*Slow Design – a paradigm shift in design philosophy?*”, ao diferenciar o *Slow Design* do conceito *Design for Sustainability*, criado na década de 80, questionará o modo como os designers ainda participavam do modelo econômico vigente, possuindo um pensamento de se fazer um design sustentável ecologicamente, contudo sem o pensamento sustentável socialmente. Para o autor,

seria como se os designers ainda estivessem presos ao modelo econômico, no qual o pensamento é produzir cada vez mais. No entanto, é possível perceber uma evolução do próprio conceito, em que a preocupação de apenas criar objetos ecologicamente corretos deu lugar para uma cadeia produtiva mais consciente, não apenas com seus materiais e seus impactos no meio ambiente, mas também com a preocupação de um consumo sustentável e com um comércio justo.

### 2.3.3 *SLOW DESIGN* E *ECO DESIGN*:

#### 2.3.3.1 O Eco Design:

Modelo de se pensar design pertencente ao gênero do Design Sustentável, que contempla:

“[...] os aspectos ambientais onde o objetivo principal é projetar ambientes, desenvolver produtos e executar serviços que de alguma maneira irão reduzir o uso dos recurso não-renováveis ou ainda minimizar o impacto ambiental dos mesmos durante seu ciclo de vida.” (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, s/d: s/p)

Suas origens começam no final da década de 60, com a popularização dos movimentos ambientalistas. No entanto sua primeira abordagem será em 1974 com o grupo Des-In na Escola Superior de Design de Offenbach, na Alemanha, com a reutilização de pneus usados para a construção de um sofá (NAIME, ASHTON e HUPFFER, 2012: 1514). Aqui, conseguimos perceber uma de suas principais características: o reaproveitamento de materiais usados. Mais tarde, terá seu conceito focado, também, no ciclo de vida de cada produto, ou seja, dar um novo significado para o material daquele produto que seria descartado.

O principal nome do Eco Design é Victor Papanek, autor do conceito *Design for the real world*, que será abordado mais a frente. Ele trará as definições para a primeira fase do modelo, até o começo da década de 1980, na qual o Eco Design era sinônimo para boicote às indústrias, e de críticas ao consumismo moderno (CARDOSO, 2008: 246). A segunda fase do modelo começa a partir da década de 1980, caracterizada por um aumento de práticas ecológicas tais como: o começo do consumo de produtos Eco Design, combate ao desperdício, reaproveitamento de produtos e reciclagem de materiais. Assim formando-se o que é o Eco Design atualmente: conceito que procura trazer um design ecologicamente correto e benéfico, e que seja economicamente viável (PAZMINO, 2007: 5).

Figura 9: Eco Design e Design Formal

ECO DESIGN	DESIGN FORMAL
Grande escala de produção	Grande escala de produção
Mercado local e global	Mercado local e global
Tecnologia limpa	Tecnologia avançada
Orientado ao mercado	Orientado ao mercado
3Rs: Reciclagem, Reuso, Reaproveitamento	Maximiza a função simbólica
Custo médio e alto	Custo médio e alto
Reduzir o impacto ao meio ambiente ao longo do ciclo de vida do produto	Satisfazer necessidades emocionais sem pensar no impacto ambiental

Fonte: Ana Verónica Pazmino (2007)

É possível a compreensão do que é Eco Design e do que é o Design do mercado atual. Ambos com aspectos muito similares, principalmente porque o primeiro não deixa de fazer parte do mercado econômico vigente, ele apenas procura produzir de maneira mais consciente, ambientalmente falando.

#### 2.3.3.2 *Slow Design* e sua relação com o Eco Design:

Como foi possível ver anteriormente, o Eco Design possui alguns aspectos semelhantes ao *Slow Design*. No entanto não é possível igualar os dois por completo, principalmente porque o primeiro ainda participa do modelo econômico e produtivo atual, um dos itens criticados pelo *Slow Design* e pelo seu movimento mãe. Para Fuad-Luke, a mudança no fazer artístico no mundo do design só será possível se este repensar toda a sua cadeia produtiva, econômica e social, este último não sendo mencionado em nenhuma definição para o Eco Design. Para o *Slow Design* o correto é englobar esses três aspectos: o ecologicamente benéfico, o economicamente viável e o socialmente equitativo. Contudo, o Eco Design apenas engloba os dois primeiros e não trabalha com o bem - estar social, ponto essencial para o Movimento *Slow* e suas ramificações. A seguir, é possível analisar as diferenças de ambos os conceitos com suas características lado a lado:

Figura 10: Eco Design e *Slow Design*

ECO DESIGN	<i>SLOW DESIGN</i>
Grande escala de produção	Pequena escala de produção
Mercado local e global	Foco no mercado local
Tecnologia limpa	Tecnologia limpa
Orientado ao mercado	Orientado ao mercado virtuoso
3Rs: Reciclagem, Reuso, Reaproveitamento	3Rs e a valorização do fazer manual e da utilização de materiais sustentáveis
Custo médio e alto	Custo médio e alto
Reduzir o impacto ao meio ambiente ao longo do ciclo de vida do produto	Reduzir o impacto ao meio ambiente ao longo do ciclo de vida do produto e contribuir para uma produção e comércio justo

Fonte: Adaptado de Ana Verónica Pazmino (2007)

#### 2.3.4 *SLOW DESIGN* E *DESIGN FOR THE REAL WORLD*:

##### 2.3.4.1 O *Design for the real world*:

Na década de 1970, o designer Victor Papanek publicou seu livro *Design for the real world* (1971) como forma de mudar a cara do design daquela época. Para o autor, o design estava tendo suas funções mudadas pela moda e as verdadeiras necessidades humanas foram postas de lado. Ele também trouxe a ideia de que qualquer pessoa pode ser um designer, contanto que trabalhe com três pilares:

- 1º - Intuição criativa
- 2º - Pesquisa
- 3º - Concepção

Em seu livro, o designer possui um papel essencial na construção de um produto. O autor conta como essa posição foi perdendo seu verdadeiro propósito por causa do desejo de grandes marcas produzirem cada vez mais sem um significado efetivo. Critica também essa tendência de descartar tudo, como quando menciona a maneira que as produtoras de carro, do final da

Segunda Guerra Mundial até 1978, vendiam a ideia de que trocar de automóvel a cada 3 meses era estar na moda. Esse ponto sintetiza tudo o que Papanek acreditava: o consumo excessivo e sem significado, a obsolescência de produtos e por fim a queda da importância do design para o mundo da época (PAPANEK, 1985: s/p).

Para a construção de um design honesto, o papel do designer tem forte relevância. Papanek vê o papel do artista além de um simples projetar objetos, ele dá vida a diferentes possibilidades na vivência humana, ou seja, ela age diretamente no resolver das necessidades básicas. Ele possui responsabilidades morais e sociais (PAPANEK, 1985: s/p).

Figura 11: O papel dos designers

Transformar o ambiente e as ferramentas do Homem
Possuir responsabilidades morais, sociais e ecológicas
Analisar atos passados e futuros
Ser sensível aos problemas que existem
Trabalhar o design para os pobres, doentes e idosos

Fonte: Victor Papanek (1985)

Com relação ao design, Papanek elaborou um que tem como principal objetivo amparar as necessidades humanas, mas também apresentou em seu livro diferentes propostas de design que trabalham em cima de problemas sociais. Este ponto é interessante pois o escritor quis trazer a possibilidade de pessoas comuns serem seus próprios designers. O produto ideal é aquele que se relaciona com o social e o meio ambiente, ou seja, que reúna em um só artefato o design social e o design ecológico, assim dando origem a um design para o mundo real (PAPANEK, 1985: s/p).

#### 2.3.4.2 *Slow Design* e sua relação com o *Design for the real world*:

O design proposto por Papanek funcionou como base teórica para a criação do *Slow Design*. Alastair Fuad-Luke ao escrever pela primeira vez sobre o “design devagar”, comparou dois modelos anteriores: o *Design for Sustainability* e o *Design for the real world*. No entanto, Fuad-Luke acreditava que a visão de Papanek era imaginativa. Em suas palavras “[...] it is hard



to see the influences of his doctrine in everyday design”<sup>6</sup> (FUAD-LUKE, 2002: 3). Apesar de possuir uma preocupação com o bem-estar ambiental e humano, criticar a cultura do consumo e do descarte, restabelecer a importância do papel do designer, quando o livro é lido fica visível que o que Papanek propôs foi um design que fosse além da vida cotidiana. Um design utópico que se estabelecido não acompanharia a vida atual. Pois apesar do *Slow Design* e o *Slow Movement* criticarem a correria do mundo atual, eles acreditam na mudança de hábitos e ações praticáveis para a atualidade.

Por isso que apesar de ideais semelhantes, principalmente na questão do social e do ecologicamente correto, igualar os dois conceitos seria um erro, primeiro pela falta de praticidade que o design de Papanek possui, e segundo porque em suas palavras “a preocupação com o ambiente não deve ser encarada como uma moda, à semelhança do que sucedeu no início dos anos 70” (PAPANEK, 1995: 11 apud NAIME, ASHTON e HUPFFER, 2012: 1516).

## 2.4 SLOW DESIGN NO BRASIL E SEU PAPEL NAS MARCAS BRASILEIRAS

### 2.4.1 SLOW DESIGN NO BRASIL

No Brasil, a tendência *slow* está cada vez mais em voga. Uma rápida pesquisa em sites de buscas pelo viver mais devagar confirma que cada vez mais o *Slow Movement* e suas tendências estão fazendo parte da vida dos brasileiros. Um exemplo disso é a força que o *Slow Food* possui no Brasil, como é possível perceber pelo tamanho do Movimento no país depois de uma visita ao site da organização<sup>7</sup>. Atualmente, muitas pessoas no mundo procuram uma opção de melhoria em suas qualidades de vida, por isso é possível compreender que o conhecimento sobre essa nova maneira de viver vem ganhando mais adeptos a cada momento.

O *Slow Food* é o principal e mais sólido movimento *slow* encontrado no país. Hoje com 65 grupos, denominados Convívios, que “articulam relações com os produtores, fazem campanhas para proteger alimentos tradicionais, organizam degustações e palestras, encorajam os chefs a usar alimentos regionais e que cultivam o gosto ao prazer e à qualidade de vida no dia-a-dia” (SLOW FOOD BRASIL, 2007), confirma que o movimento está crescendo

---

<sup>6</sup> “[...] é difícil de ver as influências de sua doutrina no design do dia a dia.” (Tradução nossa).

<sup>7</sup> Disponível em: <http://www.slowfoodbrasil.com/>. Acesso em set 2019.

exponencialmente, abrindo portas para as outras ramificações do Movimento *Slow*, como por exemplo o *Slow Fashion*, *Slow Living* e o *Slow Design*.

A pesquisa pelo período de quando o *Slow Design* começou a se desenvolver no país nos levou a um artigo da revista ISTOÉ, do ano de 2008<sup>8</sup>, que aborda o que seria esse design devagar, trazendo a marca de roupa Vanessa Montoro, que já naquela época trabalhava no formato de uma marca *slow*. Este artigo, na pesquisa dos sites de buscas, será o mais antigo, confirmando a hipótese de que o *Slow Design* começa a aparecer com mais força no final dos anos 2000. Como apresentado no artigo, a *stylist* Vanessa Montoro, antes de se deparar com a filosofia *slow*, já trazia em seus trabalhos o conceito que Petrini e Fuad-Luke defendiam. Seus produtos são feitos de maneira manual e tem como objetivo a durabilidade e a atemporalidade. É interessante observar que as características do Movimento *Slow* de preocupação em desacelerar e viver melhor já se encontrava dentro dessas pessoas, ou seja, o desejo de mudança não veio externamente e sim de dentro de cada um. Aspecto que será visto também nas duas entrevistas realizadas mais à frente.

A partir de 2010, o número de publicações sobre o *Slow Design* cresceu cada vez mais. Muitas dessas, datadas de 2012, podem ser creditadas ao arquiteto e designer Álvaro Guillermo, que pode ser considerado um dos primeiros profissionais da área a falar sobre o *Slow Design* publicamente, como visto em seu blog<sup>9</sup> por meio dos artigos: “*Slow Design*: objetos com filosofia de vida”<sup>10</sup>, “*Slow Design*: uma nova forma de reflexão”<sup>11</sup> e “*Slow Design* – uma filosofia”<sup>12</sup>. Com isso, a partir da década de 2010 cresceram o número de artigos e de adeptos, tanto indivíduos solo, quanto a criação de novas marcas *slow*, possibilitando que o *Slow Movement* e suas vertentes fossem cada vez mais praticados pelo maior número possível de pessoas.

---

<sup>8</sup> Disponível em: [https://istoe.com.br/9264\\_A+ORDEM+E+DESACELERAR/](https://istoe.com.br/9264_A+ORDEM+E+DESACELERAR/). Acesso em set 2019.

<sup>9</sup> Disponível em: <http://alvaro.maisgrupo.com.br/>. Acesso em set 2019.

<sup>10</sup> Disponível em: <http://alvaro.maisgrupo.com.br/2012/04/slow-design.html>. Acesso em maio de 2019.

<sup>11</sup> Disponível em: <http://alvaro.maisgrupo.com.br/2012/09/slow-design-uma-nova-forma-de-reflexao.html>. Acesso em maio de 2019.

<sup>12</sup> Disponível em: <http://alvaro.maisgrupo.com.br/2012/05/slow-design-uma-filosofia.html>. Acesso em maio de 2019.

#### 2.4.2 ENTREVISTAS COM DUAS MARCAS SLOW BRASILEIRAS

As entrevistas realizadas, a primeira com a marca *Leaf* e a segunda com a marca *Petrichor*, foram de grande relevância para a conclusão e a concretização do estudo do *Slow Design* no Brasil. Elas são parte fundamental para um melhor entendimento de como esse conceito, que para muitos parece muito complexo para a realidade atual, pode ser concretizado e obter frutos. A transcrição de ambas as entrevistas podem ser encontradas no apêndice A deste trabalho, cuja leitura trará uma conclusão para esse estudo. Está presente no apêndice B o material fotográfico, que pretende mostrar o processo de construção dos produtos, no caso da entrevista número 1; os materiais utilizados na construção dos objetos de ambas as marcas e também seus respectivos produtos.

Começando com a marca, *Leaf*, primeira a produzir óculos de madeira no Brasil, já com um nome no mercado, ela se sobressai com seu perfil de marca *slow* e com o comprometimento com sua ideologia. Com o transcorrer da entrevista é possível perceber a preocupação da marca com as consequências de suas ações na sociedade, além de ser um exemplo para colocação da filosofia *slow* em prática. Em relação à segunda marca, *Petrichor*, a entrevista ocorreu conforme o planejado e surpreendeu pela demonstração de consciência em relação ao que acredita, mesmo sendo uma marca de “menor” tamanho, se comparada com a primeira. Uma marca que apesar de ter duas pessoas, se sustenta e que possui um papel importante na difusão da técnica *Quilling*<sup>13</sup> no Brasil.

O mais interessante da realização das duas entrevistas foi a oportunidade de materializar como o *Slow Design* funciona na prática. Preocupação com o meio ambiente, preocupação com o bem-estar de seus funcionários, produção em escala humana, o respeito com os direitos dos seus funcionários, o cuidado com a pós vida de seus produtos, todos os principais aspectos do *Slow Design* são postos em prática e dão resultados positivos, uma forma de afirmar que esse conceito é possível de se realizar, e não é algo impraticável. Além dos pontos elencados, outra característica encontrada nas duas marcas é a valorização do trabalho manual. Na marca *Petrichor* todo o trabalho de realização dos quadros é feito manualmente. Contudo, na *Leaf*, é possível perceber, nas figuras 4 e 9 do apêndice B, a utilização da máquina que corta a madeira para a formação dos óculos e a que lixa as lentes para o fim do processo de fabricação dos

---

<sup>13</sup> Técnica de filigrana em papel surgido no Oriente e levado para a Europa, entre os séculos XVI e XVII. Disponível em: <http://construindodecor.com.br/quilling/>. Acesso em set 2019.

produtos. Essa junção entre o artesanal e o industrial mostra como o *Slow Design* não prega o fim da relação homem e máquina, mas sim um trabalho em conjunto e de maneira consciente.

Outro ponto muito importante, que também está presente nas marcas, é sua identidade visual. Ambas possuem diferentes características visuais, mas ao mesmo tempo se igualam no minimalismo e na estética *clean*, que por muitas vezes é relacionada ao movimento, até como maneira dos seus produtos se locomoverem entre vários momentos da vida. Conclui-se assim, a última etapa da pesquisa, que possibilitou um estudo teórico, mas também um estudo de campo para poder embasar todo o conteúdo que se refere ao *Slow Design*.

### 3 CONCLUSÃO

Com o objetivo de trazer o conceito do *Slow Design* para mais próximo da História da Arte, vimos que apesar de ser um modelo novo de design, dezessete anos desde a sua criação, seu papel vem mudando a maneira de produzir novos objetos, baseado em duas frentes: a primeira que se sustenta dentro de um movimento social internacional, que prega novos modelos para se viver num mundo cada vez mais rápido e sem significado; e a segunda que se forma a partir de diferentes modelos de design durante os anos, para poder se concretizar e se tornar algo realizável para a nossa atualidade.

O pensamento *fast* já não é a primeira opção para muitas pessoas. Produzir e consumir freneticamente já está perdendo sua força e isso graças a pessoas que sabem que existem soluções melhores e reais. Por isso que acreditamos no poder de estudos que trazem inovações, e, principalmente, inovações que conversam com assuntos que se encontram no passado, mas que possuem grande participação no que acontece na atualidade.

O *Slow Movement* vem se tornando parte fundamental de uma nova maneira de se viver e que concretiza a ideia de equilíbrio entre o sustentável, o justo e o funcionalismo. O *Slow Design* é um novo modelo, caracterizado pelo perfil consciente e sustentável, mas que vai além do simples fazer objetos. Ele é mais complexo, mas ao mesmo tempo simples. Ele nos traz não apenas novos artefatos, mas cria novas consciências e percepções sobre o que é ser humano.

Figura 12: *Slow Design*

Produtos duráveis e atemporais
Cadeia de trabalho justa
Considera a vida pós uso do objeto
Prioriza um consumo consciente

Valorização dos processos artesanais e tradicionais
Qualidade a cima da quantidade
Harmonia entre o homem e a natureza

Fonte: O autor (2019)

Por fim, é possível considerar que o *Slow Design* é um conceito que se identifica com tantos outros modelos encontrados dentro da História do design, mas que possui sua própria essência e que traz um novo caminho para a produção de artefatos nos dias atuais.

## REFERÊNCIAS

- AZEVEDO, Wilton. **O Que é Design**. 7º reimpr. São Paulo: Brasiliense, 2005;
- CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. 3º ed. São Paulo: Blucher, 2008;
- IGLÉSIAS, Francisco. **A revolução industrial**. São Paulo: Brasiliense, 1981. 114p. (Tudo é história; 11);
- PINTO, Geraldo Augusto. **A organização do trabalho no século 20: taylorismo, fordismo e toyotismo**. 2. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2010. 87 p. ISBN 9788577430284;
- HONORÉ, Carl. **Devagar: Como um movimento social está desafiando o culto da velocidade**. Tradução de Clóvis Marques. Rio de Janeiro: Record, 2005.
- PAPANEK, Victor. **Design for the real world: human ecology and social change**. 2º ed. Reino Unido: Thames and Hudson, 1985;
- BRANDÃO, Angela. **Anotações a lápis para uma História do Design** - DOI 10.5216/vis.v12i1.33699. Visualidades, [S.l.], v. 12, n. 1, jun. 2014. ISSN 2317-6784. Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/VISUAL/article/view/33699/17826>. Acesso em set de 2017;
- DOS SANTOS, Carlos Roberto Antunes. **O Império McDonald e a McDonaldisação da Sociedade: alimentação, cultura e poder**. Seminário Pacetas do Império na História, Paraná. 23 p. 2006. Disponível em: <https://docs.ufpr.br/~andreadore/antunes.pdf>. Acesso em set de 2017;
- \_\_\_\_\_. **Slow Design**. Textiles Enviroment Design, Chelsea College of Art & Design, Londres, Reino Unido. Disponível em: [http://www.tedresearch.net/media/files/Slow\\_Design.pdf](http://www.tedresearch.net/media/files/Slow_Design.pdf). Acesso em set de 2017;
- FUAD-LUKE, Alastair. **Slow design – a paradigm shift in design philosophy?** Design by Development, dyd02 conference, Bangalore, India. 2002. Disponível em: <https://carlosfiorentino.files.wordpress.com/2010/03/slow-des.pdf>. Acesso em fev de 2018;
- FUAD-LUKE, Alastair. **Slow Theory a paradigm for living sustainably?** 2004. Disponível em: <https://fluido.files.wordpress.com/2006/07/slow-design.pdf>. Acesso em fev de 2018;
- FUAD-LUKE, Alastair; STRAUSS, Carolyn F. **The Slow Design Principles: a new interrogative and reflexive tool for design research and practice**. Changing the Change Conference. s/d. Disponível em: [http://raaf.org/pdfs/Slow\\_Design\\_Principles.pdf](http://raaf.org/pdfs/Slow_Design_Principles.pdf). Acesso em fev de 2018;
- International Seminar. **Slow + Design I Manifesto + Abstracts Slow approach to distributed economy and sustainable sensoriality**. Milão, Itália 2006. Disponível em:

[https://transferenciasarteyciencia.files.wordpress.com/2015/12/slow\\_design\\_background.pdf](https://transferenciasarteyciencia.files.wordpress.com/2015/12/slow_design_background.pdf).

Acesso em set de 2017;

LUPO, Eleanora. **Slow Design: “cultivating” culture and sensoriality in the artifacts shape and use.** 2012. 28 p. 44-55. Disponível em:

<http://www.raco.cat/index.php/Temes/article/view/263247>. Acesso em set de 2017;

VORONOVICZ, Priscila; ZACAR, Cláudia Regina Hasegawa. **Slow Design e os requisitos para o Design Sustentável.** Artigo Acadêmico – Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, Curitiba, Paraná. 11p. 2011. Acesso em fev de 2018;

SILVA, Suzana Maria Abreu e; SILVA, Tiago Barros Pontes e. **Slow Design, upcycling e consumo: o papel do design na cadeia produtiva.** Anais [Oral] do 7º Congresso Internacional de Design da Informação – CIDI. 4 p. 2015. Acesso em fev de 2018;

BALOCCO, Anna Elizabeth. **Novas narrativas do contemporâneo: uma análise crítica do discurso do movimento slow.** Ling. (dis)curso, Tubarão, v. 12, n. 2, p. 393-414, Aug. 2012.

Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1518-76322012000200002&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-76322012000200002&lng=en&nrm=iso). Acesso em nov de 2018;

BAUER, Rafael Chequer; NETTO, Alexandre Panosso; TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Slow Movement: reação ao descompasso entre ritmos sociais e biológicos.** Revista de Estudos Culturais 2. Dossiê Temporalidades. EACH-USP. Disponível em: [http://www.each.usp.br/revistaec/sites/default/files/pdfs/05-slow-movement-rafael\\_chequer.pdf](http://www.each.usp.br/revistaec/sites/default/files/pdfs/05-slow-movement-rafael_chequer.pdf). Acesso em set de 2017;

IONCICA, Diana-Eugenia; PETRESCU, Eva-Cristina. **Slow Living and The Green Economy.** The Journal of Philosophical Economics IX: 2. 85-104 p. 2016. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/314280087\\_Slow\\_living\\_and\\_the\\_green\\_economy](https://www.researchgate.net/publication/314280087_Slow_living_and_the_green_economy).

Acesso em set de 2017;

CALVACANTE, Ana Lucia Boavista Lustosa; PRETO, Seila Cibele Sitta; PEREIRA, Francisco Antônio Filho; FIGUEIREDO, Luiz Fernando Gonçalves. **Design para sustentabilidade – um conceito interdisciplinar em construção.** Projética Revista Científica de Design, Londrina. V (3), nº 1. 252-263 p. 2012. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/12384>. Acesso em abril de 2019;

MANZINI, Ezio. **Scenarios of Sustainable Well-Being.** Disponível em: <http://www.changedesign.org/Resources/Manzini/Manuscripts/ManziniScenarios.pdf>. Acesso em abril de 2019;

- NAIME, Roberto; ASHTON, Elisa; HUPFFER, Haide Maria. **Do Design ao Ecodesign: pequena história, conceitos e princípios**. Rev. Elet. em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental. V (7), n.º 7. 1510-1519 p. 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/reget/article/viewFile/5265/3630>. Acesso em fev de 2019;
- PAZMINO, Ana Verónica. **Uma reflexão sobre Design Social, Eco Design e Design Sustentável**. I Simpósio Brasileiro de Design Sustentável, Curitiba. 10p. 2007. ISBN 978-85-60186-01-3. Disponível em: <http://naolab.nexodesign.com.br/wp-content/uploads/2012/03/PAZMINO2007-DSocial-EcoD-e-DSustentavel.pdf>. Acesso em dez de 2018;
- STEFANO, Nara Medianeira; FERREIRA, Alexandre Rodrigues. **Ecodesign referencial teórico e análise de conteúdo: proposta inicial para estudos futuros**. Estudos em Design, Revista (online), Rio de Janeiro. V (21), nº 2. 01 – 22 p. 2013. ISSN 1983-196X. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/22422/22422.PDFXXvmi=p7bBN5Z7L2VUm6ZVodvBgcgfvoMEweAWmMxaSxiEAfzWmzTLNqm4DDka37PAmpxJd6U6EdKfskdPT7CHzZMdD7nHfdiCEQmRxxhZDuJSZ56PZerHNrt16CpNRD6tiWQaU89xETrEZztZNWHCocEuO4iGIpb1n2biblRQgkufTZfHVWkk9ZQZ3aFLAQMxTZh6laWCurSor97o7rKhqBguLVhmN4ki4COqMM4ifxII7Q7eiRvKsNgfKxCxDxhIA79nU>. Acesso em março de 2019;
- JÚNIOR, Adelson Moura da Silva; LIMA, Sandovânio Ferreira de. **Ecodesign e análise do ciclo de vida: futuro sustentável**. Ciências exatas e tecnológicas, Maceió. V (2), nº 3. 47-62 p. 2015. ISSN: 2357-9919. Disponível em: <https://periodicos.set.edu.br/index.php/fitsexatas/article/view/2135>. Acesso em dez de 2018;
- TIBURTINO-SILVA, Lorene Almeida; MACIEL, Josemar de Campos; COSTA, Reginaldo Brito da. **Ecodesign na perspectiva do desenvolvimento local e da sustentabilidade**. Interações (Campo Grande), Campo Grande, v. 19, n. 1, p. 93-102, Jan. 2018. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1518-70122018000100093&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-70122018000100093&lng=en&nrm=iso). Acesso em dez de 2018;
- TAGLIARI, Ana; GALLO, Haroldo. **O movimento inglês Arts & Crafts e a arquitetura norte-americana**. III Encontro de História da Arte – IFCH/UNICAMP, Campinas, SP. 633-643 p. 2007. Disponível em: <https://www.ifch.unicamp.br/eha/atas/2007/TAGLIARI,%20Ana%20e%20GALLO,%20Haroldo.pdf>. Acesso em ago de 2019;



PEVSNER, Nikolaus; Tradução: João Paulo Monteiro. **Pioneiros do desenho moderno: de William Morris a Walter Gropius**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2002. 239 p. (Coleção A). ISBN 8533616104;

DICIONÁRIO oxford de arte. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007. 584 p. ISBN 9788533623798.

## APÊNDICE A – TRANSCRIÇÕES DAS ENTREVISTAS

### Entrevista 1:

**Marca:** *Leaf*. **Entrevistados:** Vilson Ceroni – dono da *Leaf*, Flávio Galli – designer e Paulo Machado – comunicação e conteúdo.

**Pq** - Qual é a história da marca? Como ela se desenvolveu?

**En** - A *Leaf* se desenvolveu em 2012. Juan foi o fundador. Ele saiu da empresa em março desse ano. Ele tinha viajado para o EUA e comprou uns óculos em madeira e percebeu que não existia óculos em madeira no Brasil. Começou a pesquisar na garagem da mãe dele e veio construindo [a marca], depois se mudou para João Ramalho e veio para cá [a sede atual], isso há seis anos. Então, por não ter o produto no Brasil e comprar em dólar era caro, ele resolveu criar e viu que o único jeito que tinha para ficar um produto legal era fazer à mão mesmo, porque exigia que fosse feito à mão. O processo utilizado na *Leaf* não dá como industrializar em larga escala. Leva-se de quatro a cinco dias para uma peça ficar pronta. Então o modelo e o produto levam ao *slow*, porque eles têm que ser feitos dessa forma. Tem que desenhar, cortar, colar, lixar, colocar os adendos, tudo. Fazer o acabamento dele, passar o óleo, limpar a lente. Quatro dias é o processo da *Leaf*. Então surgiu disso, de uma necessidade que ele viu, de não ter o produto no Brasil. Tanto que a *Leaf* é a primeira a fazer óculos de madeira à mão no Brasil.

**Pq** – Ele [Juan] já conhecia o movimento *slow*? Ou ele criou a marca e depois de pesquisas acabou conhecendo?

**En** – Ele criou a marca já pensando nisso. Ele tem muito disso, dessa pegada sustentável. O perfil do Juan não é, vamos dizer assim, de um consumista. Ele, como um estilo de vida, ele tenta consumir o mínimo necessário para sua vida. Ele acabou trazendo isso para a *Leaf*. Ele [Juan] criou o espírito da marca, a criação, a ideia é toda dele. Nós estamos dando continuidade ao legado dele. Ele ainda participa e dá conselhos.

**Pq** – Quais são os principais materiais utilizados?

**En** – Hoje o principal material é a madeira. Madeira de reflorestamento, que é comprada e que possui o selo FSC<sup>14</sup>. Possuímos um único fornecedor, que é o Eco Folhas, certificado pelas

---

<sup>14</sup> Selo FSC (Forest Stewardship Council – Conselho de Manejo Florestal): é uma organização independente, não governamental, sem fins lucrativos, criada no início da década de 90 com o intuito de contribuir para a promoção do manejo florestal responsável ao redor do mundo. Disponível em: <https://br.fsc.org/pt-br/faq> . Acesso em jun. 2019.

lâminas. Tirando a lente e as charneiras, que são os pininhos, e as lentes que não tem como ser uma lente sustentável, veem do petróleo, não tem jeito. E a cola, mas hoje 80% dos óculos é madeira.

**Pq** – Vocês têm uma preocupação com o tempo da natureza e a vida póstuma do produto?

**En** – Sim. A gente tem essa preocupação. A gente tem um departamento que atende o cliente na parte de manutenção. Então se uma haste se quebra, ele não precisa se livrar daquele produto. Mesmo a madeira sendo biodegradável, o pino não é, a lente não é. A gente cobra a manutenção com preço acessível. Ele [o cliente] manda a peça para cá e a gente faz uma haste nova, um frame novo. Nós temos também o processo de recompra dos óculos velhos, então a gente dá um desconto para o cliente. Ele paga a metade do preço de um novo [em uma nova compra] se ele mandar os óculos velho. A gente reestiliza os óculos antigo, se ele quer desse jeito, a gente refaz. O Flávio [designer da marca] trabalha direto nisso. Buscar a haste, buscar o frame da época. Tem óculos de 4 anos atrás, que os clientes ligam para gente desesperados que quebraram e damos um jeito. Nós temos essa preocupação sim. Quanto mais durar um *Leaf*, para nós é melhor. Quanto mais pessoas aparecerem com um *Leaf* de 5/6 anos melhor. A gente acredita que uns óculos não podem acabar em 3/6 meses. Têm que durar mais. Lógico, quem não cuidar, muito suor, muita umidade nele, vai acabar deteriorando.

**Pq** – De quanto em quanto tempo vocês utilizam a madeira? É uso semestral?

**En** – Não. Conforme o necessário. A gente não estoca. Nós temos um estoque de uma semana, não vemos a necessidade de estocar madeira, que nem agora, a menina [funcionária] acabou de avisar que acabou a madeira vermelha. Tem 8 ou 9 óculos que a gente precisa fazer. Amanhã chega a madeira vermelha para fazer os óculos. A gente não mantém um grande estoque. A gente tem madeira para quinze dias, uma semana, e vamos repondo conforme a necessidade. Você não vai encontrar na *Leaf* um grande [estoque], o que tem está aqui em cima [sala de produção], que deve dar uns duzentos óculos para o que tem de madeira.

**Pq** – Como é o processo de formação dos óculos? A cadeia produtiva da marca?

**En** – Compra-se a lâmina, depois o Flávio [designer] faz o desenho, quando é personalizado, quando é de uma marca ou quando é próprio, corta a madeira, cola, e aí segue o processo de lixa e de acabamento deles [dos óculos] e vai para colocação das lentes.

**Pq** – Vocês sofrem alguma dificuldade em trabalhar com produtos desse estilo?

**En** – A maior dificuldade de hoje é o cliente entender um pouco do conceito e explicar isso para ele. E também dele não achar que está apenas com um pedaço de madeira no rosto. Ele está com algo que é praticamente uma obra de arte. Por que? Porque tem todo um processo artesanal, manual, que não entra em uma máquina e já sai injetado em uma outra. São os artesãos mesmo que fazem, que passam por todo um processo.

Em termos produtivos, a dificuldade é de se precisarmos acelerar o volume. Eu não tenho como antecipar um óculos de 4 dias, são 4 dias. Que nem agora, a gente está muito puxada. Os meninos estão trabalhando aos sábados, porque o volume de final de ano aumenta. Então eu tenho muitos pedidos e a única maneira é aumentar a hora de trabalho, aumentar a equipe, porque eu não tenho como aumentar por máquina. É um processo artesanal e a gente quer continuar no processo artesanal. O que envolve máquina: o laser para cortar madeira, dá um corte mais preciso, tem aproveitamento melhor, quebra menos; e a máquina para cortar a lente. Mas as maquininhas, que os meninos lixam são bem manuais. Então a dificuldade maior além da compreensão do cliente é o volume, o processo produtivo que tem que estar consciente que eu nunca terei um volume industrial. Maiores dificuldades: o processo produtivo, que não tem como acelerar e a compreensão do cliente.

**Pq** – Como se dá a relação da empresa com os funcionários? Pelo que eu vejo é uma equipe pequena. Uma pequena família.

**En** – É uma pequena família. De vez em quando temos uns desentendimentos. É tranquilo. É bacana. E eu não vejo a *Leaf* com 100/200 funcionários. Se eu fizer isso eu virei escala industrial. A *Leaf* vai ter 8, 10, 15, no máximo. Pelo que eu vejo no mercado, não é um grande volume de mercado. Hoje o Wender e o Fábio, são os que fazem o acabamento lá em cima, conseguem produzir 10 peças por dia. Mais do que isso vai perder qualidade. Um artesão: 10 peças. Quer 30 peças, três [artesãos]; 40 [peças], 4 [artesãos]. Então conforme a gente aumenta o volume, ou faz horas a mais ou coloca mais pessoas. Vão entrar mais duas pessoas agora em novembro, dezembro e janeiro por conta do volume.

**Pq** – Você acredita que o design do produto consegue levar para o cliente o que a *Leaf* acredita?

**En** – Eu acredito que sim, porque ele leva uma diferenciação, uma personalização. A personalidade da pessoa se reflete nos óculos. Não é qualquer um que usa um *Leaf*. Que se vê empoderado, que se vê capaz de usar um *Leaf*. A pessoa tem que se encontrar com o *Leaf*, essa é a realidade. Tem que se encontrar com o modelo dos óculos, com o estilo, com a cor, tem que se ver nele. Tanto que a gente trabalha muito o faça do seu jeito, personalize os seus óculos da cor que você quiser.

Esse aqui [mostra modelos novos da marca] é um projeto, que a gente está fazendo para uma rede de ótica, que a pessoa vai poder personalizar como ela quiser. Trabalha com a identificação do cliente. Nós temos um departamento, em que o Flávio que atende, que é o sobre medida, onde a pessoa desenha os óculos dela. Se você pega um óculos de qualquer marca e quer um igual, a gente recria ele. Quer um retrô, a gente recria. Se a pessoa desenha o óculos dela “eu quero desse jeito”, junto com o Flávio, ele vai fazer. Além de também atender pessoas que têm o rosto mais largo, o nariz, os óculos ficam mais confortáveis, com o encaixe da face dele. Então a gente tem essa questão de deixar a pessoa se sentir à vontade com um *Leaf*. Então quando o Flávio cria os modelos é muito pensando nisso e nas variações que pode ter e nas possibilidades que a gente dá para o cliente.

**Pq** – Como designer você se sente mais livre criativamente? [Pergunta para o Designer].

**En** – Sim. As coleções que eu criei foram mais com as pesquisas que eu tive mesmo, no que estava rolando lá fora e criando em cima disso. E como o Vilson disse, eu não tenho um modelo para cada pessoa, uma pessoa pode se identificar com o que ela quiser, então a gente fica bem livre para criar em cima disso. [Vilson]: Na parte de criação o Flávio trabalha livre, leve e solto. A parte de criação é isso, não dá para engessar. Se engessar quem cria, você engessou a empresa. Você começa a travar.

**Pq** – Qual é o papel que você acredita que os óculos de vocês possuem no mercado?

**En** – Nós vivemos no momento de sociedade muito do grito, do ativismo, da liberdade, eu sou eu do meu jeito. O papel da *Leaf* é um pouco isso também, que a pessoa através dos óculos, possa refletir a sua personalidade. Ela pode refletir o que ela pensa. Ela transmite uma mensagem através desse produto e aquilo que eu falei um pouco antes: não é qualquer um que se vê num *Leaf*; não é qualquer um que usa um *Leaf*.

A *Leaf* tem muito isso. Eu acho que ela está atendida, está muito próxima do que se passa no país, do momento social do país, das reivindicações, das batalhas que virão, pode ter certeza que virão várias. A *Leaf* é uma forma de expressão, onde as pessoas se expressam. Do mesmo jeito que elas pintam o cabelo de azul, roxo e etc. Ela pode fazer isso com os óculos. Primeiro é o diferencial da madeira, que você já difere dos 99,99% do mercado, que é acetato ou metal. Também tem a questão da personalização, da personalidade, da pegada da marca nesse sentido. Ela é um grito, uma mensagem diferente. Ela tem isso. A *Leaf*, sem querer ou querendo, tem um ativismo por trás.

Dentro dessa questão, da preocupação da sustentabilidade, que o Paulo agora está reescrevendo, estamos revendo um monte de coisas. A gente tem que mudar, a gente tem que fazer, tem que evoluir. Você não pode parar um processo, você tem que evoluir. A gente está vendo agora uma nova pegada para *Leaf*. Um novo projeto, para ampliar a sustentabilidade dela. Quando falamos de sustentabilidade, não é só a madeira, não é só o ar, é o ecossistema, é a sociedade. Ela ser rentável, porque se não for, ela não sobrevive, então tem a sustentabilidade financeira e econômica para poder remunerar melhor a equipe e assim ela trabalhar satisfeita. Também tem essa questão social, que as pessoas se identificam na *Leaf* para passar a imagem delas. Então nós temos esse papel.

Uma marca tem um papel social. É o que eu falo, a *Leaf* não precisa ser ativista diretamente, de erguer uma bandeira, do movimento negro, do movimento gay, do movimento de esquerda ou o de direita. Ela por si só, fazendo esse trabalho, pensando no movimento da sociedade, o rumo que a sociedade pensa, ela já é ativista por si só. As pessoas que estão usando, elas sabem porque que elas estão usando um *Leaf*. A gente passa uma mensagem discreta.

Nós estamos preparando para 2019 um projeto em parceria com grafiteiros, onde serão 10 equipes com 4 pessoas. Uma das regras é para formar uma equipe, de 2 meninos e 2 meninas. No skate também, a gente está entrando no skate e serão 4 atletas, 2 meninos e 2 meninas, não nos importa a opção sexual, o que importa é que são 2 meninos e 2 meninas. O que ela é sexualmente para nós não nos interessa. A questão é que existe ambientes machistas, o skate é um deles, o surf é outro. Então de alguma forma a gente age discretamente.

O grafite é muito machista, tanto que as meninas que prevalecem, a maioria são lésbicas, porque elas enfrentam melhor os meninos. Então quando a gente faz um projeto para 10/11 meses, para o ano de 2019, onde você fala: terão 40 pessoas, a pré-seleção será ainda maior, mas obrigatoriamente tem que ter 20 meninos e 20 meninas.

A marca já está passando uma mensagem para a sociedade. A questão é igualitária, não tem isso de mais isso e mais aquilo. Se a pessoa fuma maconha, usa cocaína, não me interessa. Se ela gosta de rock, de funk ou samba, isso também não me interessa. A *Leaf* tem também essa pegada com a música. Então cada um, que seja cada um. Um funkeiro que esteja com um *Leaf*, um skatista que esteja com um *Leaf*, um metal que esteja com um *Leaf*. Então isso a gente não entra no mérito. “Ah... vamos fazer uma coleção pra metaleiro, vamos fazer uma coleção para LGBTs”. Não. A gente faz para a sociedade, e hoje a sociedade é plure. Você tem todos os gêneros, tem essa pegada. Que nem eu falei num outro dia, no dia 20 de novembro quer fazer uma mensagem para a Consciência Negra faz um post, faz uma mensagem não tem problema nenhum; na parada LGBT quer soltar um post na cor do arco-íris, não tem problema nenhum.

Pode soltar. A marca é livre para isso, mas a marca não vai esticar uma bandeira LGBT. Entendeu? Esse cuidado a gente tem, mas ao mesmo tempo tem esse lado que você tem que levar uma mensagem através dos passos. Que sustentabilidade é o todo, não é só a madeira. A madeira é apenas um. Então é assim que a gente pensa e trabalha na *Leaf*.

**Pq** – Gostaria de propor um exercício. Gostaria que você pensasse em duas palavras que caracterizassem o produto de vocês e duas que caracterizassem a marca.

**En** – Quatro palavras. Personalização e liberdade, isso para a marca. E seja você mesmo/seu jeito para o produto, o que você achar melhor. Porque é muito complicado a marca ditar. As marcas ditam. A gente vê. A *Leaf* não veio com essência/necessidade de ditar.

## **Entrevista 2:**

**Marca: *Petrichor*. Entrevistada: Denise Dick – fundadora e designer da marca.**

**Pq** – Qual é a história da marca? Como ela se desenvolveu?

**En** – Eu sempre mexi muito com artesanato, desde a minha adolescência. Desenhava, fazia brinco, fazia camiseta pintada à mão na faculdade. No entanto, a gente [entrevistada e seu marido] foi morar no Rio Grande do Sul e o meu marido estava com uma condição melhor e ele falou que era a hora de eu pôr meu sonho em prática. Eu já fazia alguns trabalhos de mandalas, com papel mesmo, e então resolvi criar a *Petrichor*.

O nome *Petrichor* significa o cheiro da chuva. Ele é muito gostoso e muito inspirador para mim. Quando eu o descobri, decidi que seria o nome da minha marca. Hoje em dia não tem nada a ver se for ver o significado do nome com o que eu faço, mas acabou ficando marcado e decidi continuar mais pelo emocional. Eu comecei em 2015 a *Petrichor*. Considero 2015, porque foi quando eu registrei, fiz o CNPJ e que eu falei que só iria trabalhar com isso. Fazer isso dar certo.

**Pq** – Você já conhecia o movimento *slow*? Ou você criou a marca e depois de pesquisas acabou conhecendo?

**En** – Então... eu sou formada em Design Industrial, que é o oposto do *Slow Design*, onde a gente aprende a como produzir em larga escala. Só que eu sempre tive na minha cabeça, e todo mundo da faculdade sabia que eu queria alinhar design com artesanato, trazer uma emoção, um significado para o produto, não fazer por fazer, sem pensar em algo personalizado. Foi aí que eu, pesquisando, veio esse termo em 2010/2011, quando eu comecei a estudar sobre *Design*

*Thinking*<sup>15</sup>, que é uma metodologia muito interessante. Acredito que me encaixo muito bem nesse conceito de *Slow Design*.

**Pq** – Quais são os principais materiais utilizados?

**En** – Eu uso mais o papel. Papel Vivaldi, da marca Canson, e o papel Color Plus, da Fedrigoni. A principal marca que uso, a Canson, é de uma marca francesa, então eles utilizam papéis de reflorestamento, que eu sei. E o papel de base que eu uso também é, de fábrica brasileira, que também só fazem de reflorestamento, com madeira certificada. Possuem o selo FSC, de sustentabilidade.

**Pq** – Que preocupações ecológicas estão presentes no processo de escolha de materiais e métodos de produção?

**En** – Uma prática que mudei foi a utilização de plástico nas embalagens. Eu não uso mais o plástico bolha. Eu uso o próprio papel, papel pardo para dar uma firmeza e coloco em uma caixa de papelão, no qual o cliente pode guardar o quadro, se não quiser deixar na parede e etc. Contudo eu sempre tento cortar o máximo [de lixo], principalmente o plástico. Tentar cortar essa ideia de consumo desenfreado e mudar nossa cultura, pois isso está interno na gente. Outra coisa que eu faço muito é reutilizar o papel, principalmente as tiras. Se eu não uso a tira inteira eu guardo. Possuo latas onde eu guardo os restos. Às vezes dou para ele [seu filho] fazer quadrinhos e às vezes faço quadros menores, com composições autorais, que acaba sendo transformado em produto. Eu tento fazer o máximo que consigo, praticar o reaproveitamento.

**Pq** – Se a marca trabalha com recursos naturais ela estuda qual é a melhor forma de utilizá-los? Você só utiliza papel?

**En** – Agora sim. Antes eu utilizava, no início da marca, madeira de reaproveitamento. Eu pegava bobinas e fazia transformações em caixas com madeira e papelão. Agora, como o papel teve mais retorno do público, decidi produzir mais com o papel, com essa técnica [*Quilling*].

**Pq** – Você tem uma preocupação com a vida póstuma do produto e o descarte do produto?

**En** – Sim, eu penso. Tanto que eu uso esses papéis em especial, pois possuem proteção contra fungos, são livres de ácidos e não desbotam. É um material que dura uma vida inteira. E também com o design eu tento, dependendo da encomenda, criar algo mais atemporal, que não seja tão “modinha”.

---

<sup>15</sup> *Design Thinking*: abordagem que ajuda na imersão e na criação de projetos mais coesos e de melhor qualidade. Disponível em: [http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-design-thinking\\_369d9cb730905410VgnVCM1000003b74010aRCRD](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-design-thinking_369d9cb730905410VgnVCM1000003b74010aRCRD). Acesso em jun. 2019.



Do produto em si eu nunca pensei, na verdade. Do tipo: O que a pessoa vai fazer depois? A madeira se pode reutilizar, se não quebrar. É madeira. O papel também é mais fácil de ser descartado. Na verdade, nunca pensei.

**Pq** – Como é o processo de formação dos produtos? Qual técnica você utiliza?

**En** – Tem várias formas. Alguns clientes pegam modelos que eu já fiz e querem um igual e tem muitos que pedem esboços antes. Na verdade, é sempre bom mandar com esboço, porque assim a pessoa aprova. Ela manda as cores que ela quer, para depois não precisar refazer, porque senão seria um quadro que você perde. Você já garante na prova e no esboço, que a pessoa vai gostar. Inclusive, hoje estou fazendo um que a cliente quer com fundo escuro, e eu sempre faço em fundo branco. Faço das duas maneiras diferentes e vejo com ela qual seria a melhor.

Eu apenas trabalho com o papel enrolado e depois embalo. Colo com a cola de PVA, cola de artesanato. A técnica em si é enrolar o papel, faço os contornos e vou preenchendo de diversas formas. Ela se chama *Quilling* e é usada desde a Idade Média, mas que foi esquecida por um tempo. Era muito usada pelas mulheres para passarem o tempo, com temas sacros. Na verdade, é uma técnica inspirada no Filigrana, que é feito com ouro e prata. Dá para fazer com fita de cetim também e só agora que está retomando. Vi na internet, quando estava grávida do meu filho, em 2012, e decidi fazer. Só que eu morava em uma cidade bem pequena em Santa Catarina e lá não tem coisa diferente, tipo papel, então usava cartolina mesmo, mas com o tempo ficava tudo desbotado, e cola quente. A partir de lá que fui pesquisando com que papel funcionava e não funcionava. E hoje em dia eu ensino essa técnica. Inclusive, vou para o Rio em dezembro, e sábado vou para Salvador, dar um curso sobre. Porque hoje em dia eu sou uma das poucas pessoas que trabalham com o *Quilling* no Brasil.

**Pq** – Você sofre alguma dificuldade em trabalhar com produtos desse estilo?

**En** – Eu sinto dificuldade de produção. Sou só eu que faço. Então às vezes acabo me desgastando. É um trabalho normal, você tem um tempo, mas às vezes você acaba dedicando mais tempo ainda. É algo que você põe muita energia, e não só o físico. Penso também na parte que a galera não valoriza, não quer pagar o que se deve. Hoje em dia, como já tenho um certo espaço nesse mercado, é mais tranquilo. Mas eu vejo pelas minhas alunas que começam a empreender nessa área. Elas sentem muitas dificuldades de as pessoas [não] quererem pagar o que realmente valem um produto desses. É o tempo que você investiu, muito mais do que o material. As pessoas não valorizam. Porém eu vejo que tem um movimento muito massa de valorização disso, que está crescendo, mas que ainda tem a briga com as grandes marcas.

**Pq** – Como se dá a relação da empresa com os funcionários? É só você?

**En** – Na verdade, eu tenho a cunhada do meu marido, que é minha amiga. Ela mora em Curitiba e é formada em Administração. Ela que cuida da parte do financeiro.

**Pq** – Você acredita que o design do produto consegue levar para o cliente o que a *Petrichor* acredita?

**En** – Sim. Eu acho que consigo levar. E também acho muito legal como o Universo trabalha, porque quando o cliente chega com outra *vibe*, outra ideia, as coisas não dão certo. Trabalhar na leveza, no bem.

**Pq** – Qual é o papel que você acredita que seus produtos possuem no mercado? O seu diferencial?

**En** - O diferencial é a técnica. A própria criatividade, a construção. O meu trabalho, eu acho que hoje em dia vejo ele muito como inspirador. De pessoas que me procuram para aprender a técnica e me identifico muito com isso, de passar isso e inspirar, acho que esse papel é muito legal. E também mostrar que dá para viver disso. Você pode empreender, ficar em casa e ter um negócio sustentável, não de natural, mas de que ele se sustenta e de que te sustenta. Demora um pouco, mas eu gosto de passar isso, principalmente para as mulheres, para elas verem que é uma alternativa.

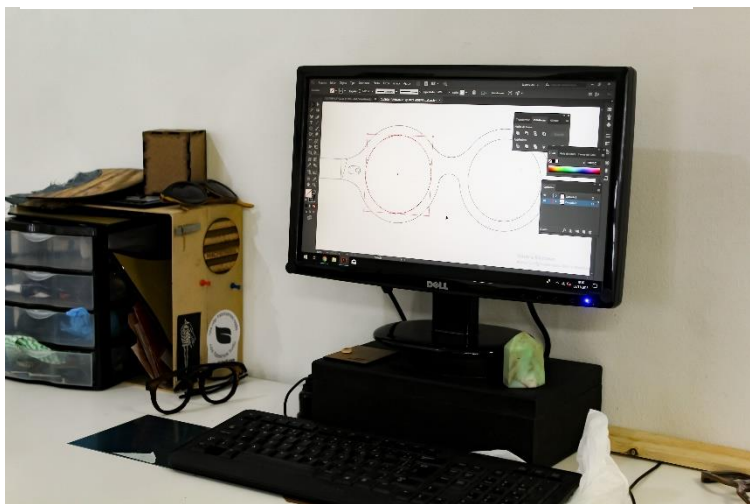
**Pq** – Gostaria de propor um exercício. Gostaria que você pensasse em duas palavras que caracterizassem o produto de vocês e duas que caracterizassem a marca.

**En** – Os produtos: únicos e personalizados; e a marca: carinho e dedicação.

## APÊNDICE B – FOTOGRAFIAS DAS ENTREVISTAS

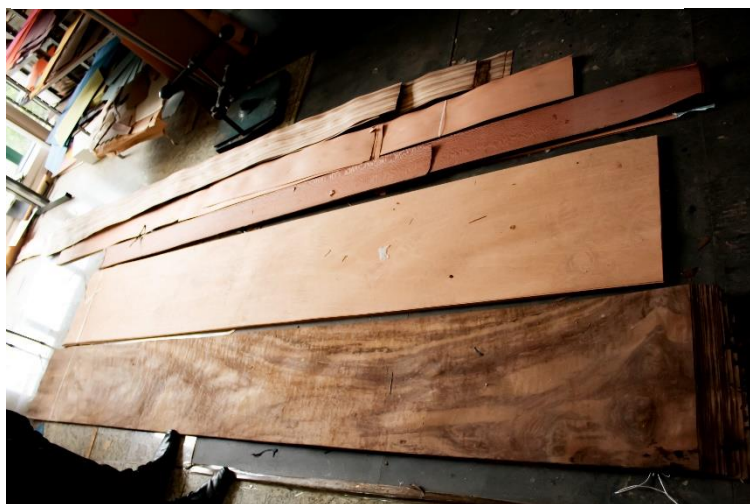
### Entrevista Leaf:

Figura 1: Processo de criação dos óculos



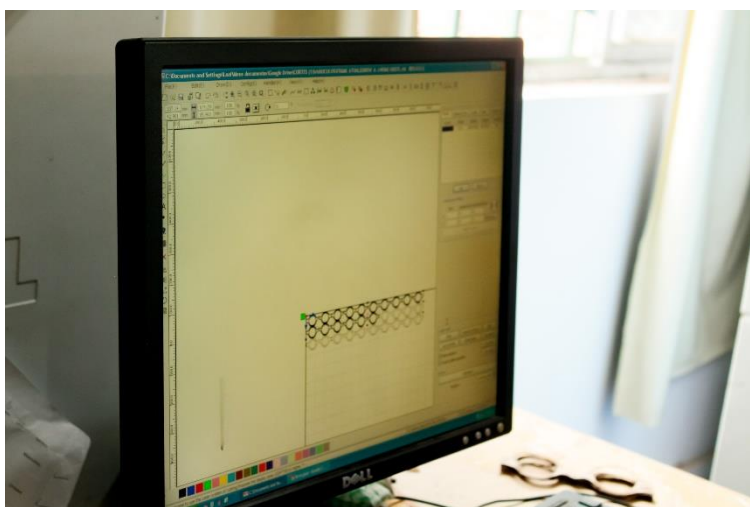
Fonte: O autor (2018)

Figura 2: Estoque de madeiras



Fonte: O autor (2018)

Figura 3: Medidas de cada óculos para o corte



Fonte: O autor (2018)

Figura 4: Máquina de corte para cada óculos



Fonte: O autor (2018)



Figura 5: Estrutura do óculos depois de passar ela máquina



Fonte: O autor (2018)

Figura 6: Modelos prontos para o trabalho manual



Fonte: O autor (2018)

Figura 7: Colocação das hastes de maneira artesanal



Fonte: O autor (2018)

Figura 8: Óculos prontos para receberem as lentes



Fonte: O autor (2018)

Figura 9: Máquina para lixar as lentes



Fonte: O autor (2018)

Figura 10: Colocação das lentes de maneira manual



Fonte: O autor (2018)

Figura 11: Destaque óculos Groove Double vermelho



Fonte: O autor (2018)

Figura 12: Destaque óculos Leaf



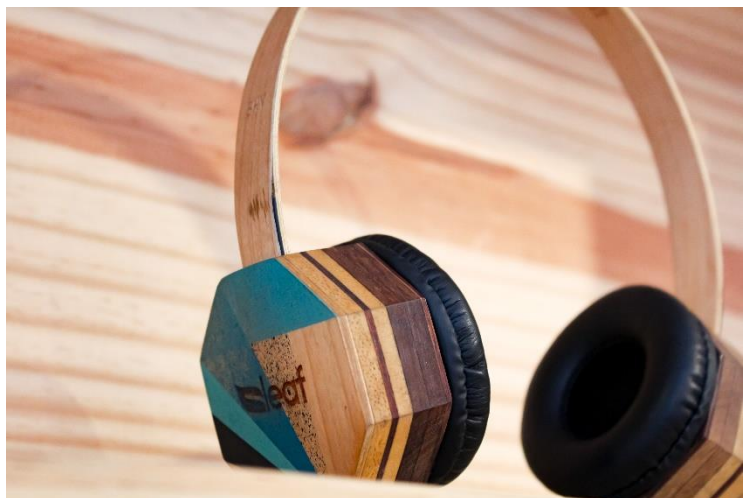
Fonte: O autor (2018)

Figura 13: Cardeneta Leaf



Fonte: O autor (2018)

Figura 14: Headphone Leaf



Fonte: O autor (2018)



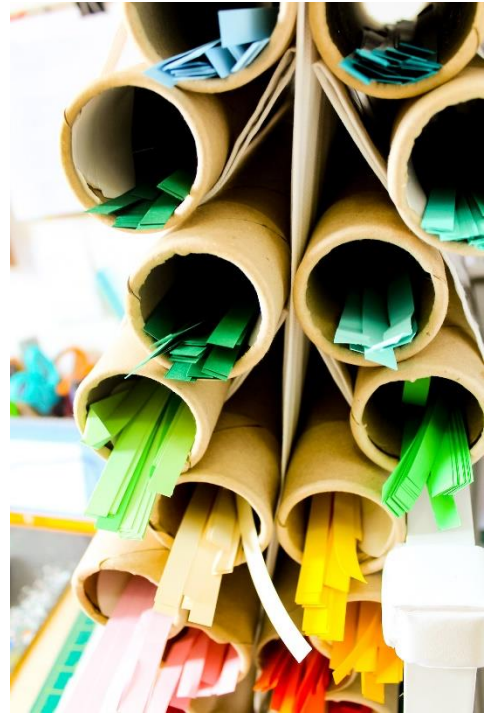
## Entrevista Petrichor:

Figura 15: Área de trabalho



Fonte: O autor (2018)

Figura 16: Material para os produtos da marca



Fonte: O autor (2018)

Figura 17: Quadro Petrichor 1



Fonte: O autor (2018)

Figura 18: Destaque Quadro Petrichor 1



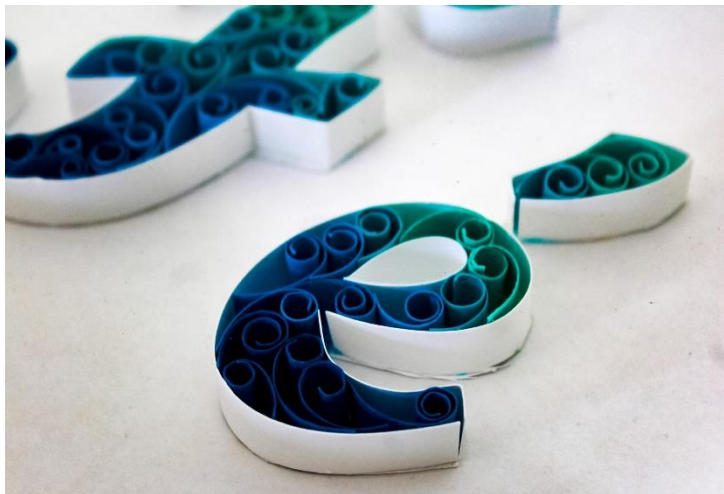
Fonte: O autor (2018)

Figura 19: Quadro Petrichor 2



Fonte: O autor (2018)

Figura 20: Destaque Quadro Petrichor 2



Fonte: O autor (2018)

Figura 21: Quadro Petrichor 3



Fonte: O autor (2018)

Figura 22: Destaque Quadro Petrichor 3



Fonte: O autor (2018)